

Empreendedorismo jovem nas micros e pequenas empresas da cidade de Praia

Edson Sanches Fernandes Moniz

Licenciatura em Ciências Empresariais e Organizacionais

- Vertente Gestão Empresarial -

Orientadora: Prof^ª. Dr.^ª Denise de Oliveira

Praia – Cabo Verde

Julho / 2012

**UNIVERSIDADE DE CABO VERDE – ESCOLA DE NEGÓCIO E
GOVERNAÇÃO**

**Empreendedorismo jovem nas micros e
pequenas empresas da cidade de Praia**

Edson Sanches Fernandes Moniz

Licenciatura em Ciências Empresariais e organizacionais

- Vertente Gestão Empresarial -

Orientadora: Prof^ª. Dr.^a Denise de Oliveira

Praia – Cabo Verde

Julho / 2012

Pensamento

“ Não existe fracassos. Na verdade, existem somente resultados não esperados que indicam o que precisa ser melhorado”

Geraldo Neto

(Professor da USP – Brasil)

Dedicatória

À minha querida **Solange Viegas** e ao meu filho **Luiz Henrique**, que apesar da distância sempre foram a fonte da minha inspiração. Também a minha mãe, ao meu falecido pai, e a todos os meus irmãos que sempre foram o meu “porto seguro”.

Agradecimento

Agradeço primeiramente a Deus pela força e determinação que sempre me deu para enfrentar os obstáculos da vida.

Agradeço igualmente a todos os promotores da minha deslocação de São Tome e Príncipe para prosseguir os meus estudos superiores em Cabo Verde, nomeadamente o Instituto da Comunidades, por intermédio do consulado de Cabo Verde em São Tomé e Príncipe, que foram as instituições responsáveis pela minha integração sócio-educativa na Cidade de Praia. A minha orientadora, **Prof^a. Dr.^a Denise de Oliveira** que sempre esteve disponível para me apoiar e remover os obstáculos que apareciam pela frente, agindo como uma verdadeira líder, um muito obrigado.

Aos jovens empresários que disponibilizaram uma parte de seus preciosos tempos para colaborarem comigo neste trabalho.

A Todos os colaboradores da Escola de Negócios e Governação (ENG), o corpo directivo, docentes e os restantes funcionários que comigo partilharam momentos inesquecíveis.

Aos meus caríssimos colegas com quem constituímos uma verdadeira família durante esses 4 anos.

Momentos ímpar como esses jamais serão esquecidos da minha parte, queiram aceitar a minha eterna gratidão.

Resumo

O mundo está passando por uma fase de transição, dentre vários factores, da necessidade das empresas em se adequarem a métodos eficientes de competição económicas em um cenário de livre fluxo dos mercados. Soma-se a isso as profundas revoluções tecnológicas geradoras de modificações radicais nas organizações, tendo outro lado, a constante necessidade de combate ao Desemprego (FILION, 2001).

As sucessivas mudanças na economia e na sociedade trouxeram novas configurações para o mundo do negócio, transformou as relações entre as organizações e as pessoas e modificou os padrões de comportamentos relacionados ao trabalho (FAVATRETO, 2005).

Obviamente que no cenário Cabo-Verdiano podemos facilmente verificar as incertezas que atingem o mundo empresarial actualmente.

Torna-se um imperativo que as empresas e empresários (as) Cabo-Verdianos (as) estejam mais abertos à economia global e as necessidades de adaptação conjuntural.

Portanto, diante da situação de crise, em que os empregos tradicionais estão cada vez mais escassos e os indivíduos têm sentido a necessidade de encontrar e desenvolver novas competências para se manterem activamente económicos, torna-se necessário que sejam criadas as condições para que as nossas empresas possam flexibilizar e ganhar vantagens competitivas de modo a poderem contribuir de forma decisiva para o crescimento e desenvolvimento da nossa economia.

Nestes moldes, considerando a relevância dos pequenos empreendimentos para uma sociedade, surge o presente trabalho, dando uma colaboração no que tange ao diagnóstico do empreendedorismo jovem na Cidade de Praia de modo que os ajustes possam ser feitos lá onde se justificar.

Este trabalho diagnostica o empreendedorismo Jovem nas micro e pequenas empresas na cidade de Praia, numa perspectiva prática, através de entrevistas semiestruturadas junto a 10 empresas seleccionadas consideradas “casos de sucesso”. Assim, identificou-se os Principais entraves ou barreiras ao empreendedorismo Jovem na cidade da Praia.

Palavras-chaves: Entrave, Empreendedorismo, Jovem, micro e pequenas empresas.

Abstract

The world is going to a transition phase for major changes (FILION, 2001).

Successive changes in the economy and society brought new settings to the business world; it transformed the relationship between organizations and people and changed the patterns of behavior related to work (FAVATRETO, 2005).

Clearly, the scenario of Cape Verde can easily confirm the uncertainties affecting the business outcome.

It is imperative that Cape Verdean entrepreneurs become more open to global economy and the needs of cyclical adjustment.

Working at the crisis line has proven to be very rewarding in ways that a more traditional job can't offer. Traditional jobs are increasingly scarce and people have felt the need to find and develop new skills to remain active economic life, it is necessary to create the conditions so that the companies can gain competitive advantage and flexibility to be able to make a decisive contribution to growth and development of our economy.

Most of the international economies depend basically on the role of SMEs in supporting the national economy in different countries. In general, the importance of the small projects can be regarded to different reasons, including: their ability to use capital in relatively high productivity; being highly specialized makes them more able to produce a major reduction in production costs; their high ability of innovation, and the high skills that their labors should have.

The present study analyzes the young and entrepreneurship in micro and small enterprises in the city of Praia, from a practical perspective. For the purpose it diagnoses 10 young entrepreneurs in micro and small enterprises in the city of Praia considered “successful”. Then, data were compared and analyzed to identify the main entrepreneurship's obstacles or barriers in this city.

Keywords: Obstacle, Entrepreneurship, Young, micro and small enterprises.

Lista de abreviaturas

ADEI - Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação.

AJEC - Associação dos Jovens Empresários de Cabo Verde.

BO – Boletim Oficial

CEDEAO - Comunidade Económica dos Estados da África Ocidental

CRCV - Constituição da Republica de Cabo Verde

DGCI - Direcção Geral de Contribuição e Impostos

EBC - Economia Baseada no Conhecimento

ENG – Escola de Negócio e Governação

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

GOP`s - Grandes Opções do Plano

IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional

INE – Instituto Nacional de Estatística

IUP - Imposto Único Sobre o Património

IUR – Imposto Único sobre Rendimento

MPE`s - Micro e Pequenas Empresas.

NIF - Número Identificação Fiscal

OMC - Organização Mundial do Comércio

PIB – Produto Interno Bruto

PND - Plano Nacional de Desenvolvimento

SBA - Small Business Administration.

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação

UNICV – Universidade de Cabo Verde

Índice

1. Introdução	1
1.1 Contextualização	1
1.2 Justificativa.....	2
1.3 Objectivo	4
1.3.1 Objectivo geral	4
1.3.2 Objectivos específicos	4
1.4 Definições conceituais e operacionais da pesquisa	4
2. Enquadramento Teórico	5
2.1 Empreendedorismo: Breve histórico do empreendedorismo	5
2.2 Abordagens sobre o empreendedorismo	6
2.2.1 Escola Económica.....	7
2.2.2 Escola Sociológica.....	8
2.2.3 Escola Comportamentalista	9
2.3 Conceito de empreendedor.....	10
2.4 Características do empreendedor	11
2.5 Empreendedorismo por oportunidade e por necessidade	14
2.6 Factores que influenciam o empreendedorismo	14
2.7 Desenvolvimento Económico e Empreendedorismo	17
2.8 A Importância das Micro e Pequenas Empresas	19
2.9 O Papel das Micro e Pequenas Empresa para o Desenvolvimento	21
3. Empreendedorismo em Cabo Verde.....	23
3.1 Objectivos e finalidades da ADEI.....	26
3.1.1 Momentos do empreendedor	27
3.1.2 Oficina do empreendedor da ADEI	27
3.1.3 Incubadoras de empresas	28
3.2 O ambiente de Negócio em Cabo Verde	29

3.3 Incentivos aos investimentos em Cabo Verde.....	30
3.4 Criação de Sociedades comerciais e o processo de constituição de empresas em Cabo Verde	32
3.5 Sistema fiscal Cabo-verdiano.....	33
4. Metodologia da pesquisa	37
4.1 Enfoque da pesquisa.....	37
4.2 Tipo de estudo	37
4.3 Definição da amostra.....	37
4.4 Método de recolha de dados.....	39
4.5 Método de análise dos resultados.....	40
5. Descrição e análise dos resultados.....	42
5.1 Características dos entrevistados e das suas empresas.....	42
5.2 Resumo de história de vida dos entrevistados.....	44
5.3 Motivações dos entrevistados para se tornarem empreendedores.....	47
5.4 Visão dos entrevistados sobre seus negócios	49
5.5 Opinião dos entrevistados quanto aos principais entraves	51
5.6 Características empreendedoras identificadas nos entrevistados	55
6. Conclusões Finais	58
6.1 Limitações do estudo.....	58
6.2 Principais recomendações	59
Referências Bibliográficas	i
Bibliografias	i
Periódicos / Revistas	iii
Teses.....	iv
Documentos Oficiais	vi
Internet	vii
Apêndice	ix

Índice de Tabela

Tabela 1: Taxa liberatória do IUR em Cabo Verde	34
Tabela 2: Taxa de imposto de selo em Cabo Verde.....	35

Índice de Quadros

Quadro 1: Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do conceito de empreendedor	5
Quadro 2: Empreendedorismo sob a perspectiva da escola económica	8
Quadro 3: Esquema simplificado da metodologia da pesquisa	41
Quadro 4: Características dos entrevistados	42
Quadro 5: Características das empresas entrevistadas	43
Quadro 6: As motivações dos entrevistados para se tornarem empreendedores	48
Quadro 7: Visão dos entrevistados sobre seus negócios.....	50
Quadro 8: Opiniões dos entrevistados quanto aos principais entraves	54
Quadro 9: Características do empreendedor identificado nos entrevistados	55
Quadro 10: Principais recomendações.....	59

Índice de Figuras

Figura 1: Fases de incubadora de empresas da ADEI.....	28
--	----

1. Introdução

1.1 Contextualização

O Empreendedorismo tem sido definido como uma maneira diferenciada de alocação de recursos e optimização de processos organizacionais, sempre de forma criativa e inovadora, visando à diminuição de custos e melhorias de resultados.

Para compreendermos bem o alcance do empreendedorismo e de ser empreendedor é preciso salientar de que a actividade empresarial é apenas uma das várias formas de empreender. Várias bibliografias sobre o tema alertam que a visão de empreendedorismo é abrangente, contempla toda e qualquer actividade humana, portanto, inclui empreendedores na pesquisa, no Governo, no terceiro sector, nas artes, em qualquer lugar. Segundo Dolabela, o empreendedor é definido pela forma de ser, e não pela maneira de fazer (DOLABELA, 2008).

Actualmente, todos falam de empreendedorismo. As associações empresariais e as universidades pretendem promover a iniciativa empresarial e a criação de empresas. Os governos anunciam a sua intenção de apostar no empreendedorismo e de desenvolver uma cultura e uma sociedade empreendedora.

Mas, porquê o empreendedorismo?

A sociedade actual atravessa, segundo Peter Drucker (1996), uma época de transição para um novo paradigma, a que muitos chamam de Economia Baseada no Conhecimento (EBC). Drucker defende que esta transição origina rupturas, quer em relação às estruturas, quer aos modelos, quer aos processos existentes, ultrapassando novos desafios, que requerem novas respostas. Mas tudo isto pode e deve ser visto também como uma fonte de novas oportunidades.

Ainda segundo o autor, as organizações, e em especial as empresas, terão de ter a capacidade de inovar, ou seja, de estimular as eventuais mudanças de réplicas comportamentais, e de efectuar análises das oportunidades que tais mudanças podem proporcionar (Drucker, 1996). Estas mudanças são proporcionadas por pessoas ou equipas de pessoas que se inquietam, que questionam, que arriscam, que querem algo diferente, que fazem acontecer, em suma, que empreendem. Estes indivíduos, hoje chamados de “empreendedores”, são cada vez mais reconhecidos como um dos pilares da economia enquanto agentes criadores de emprego e portadores de inovação (Virgínia Trigo, 2003).

É graças à capacidade de inovar, de criar algo diferente, que muitos dos problemas económicos e sociais da actualidade encontram respostas (Virgínia Trigo, 2003). A economia moderna, ela deve ser fruto de um crescimento económico também moderno que emerge de uma classe empresarial dinâmica e inovadora.

1.2 Justificativa

Todos podemos facilmente perceber que o tema empreendedorismo está na “moda”, e num mundo globalizado, com tantas interdependências entre as economias, significa de que Cabo Verde não pode fugir a regra. Em vários discursos dos nossos governantes e outros agentes ligados ao sector empresarial, o empreendedorismo sempre ocupa um lugar cimeiro.

O desenvolvimento do sector privado em Cabo Verde parece estar, mais do que nunca, no centro das discussões. O percurso recente do país neste domínio pode ser mapeado desde a criação das primeiras empresas pós-independência, passando pela abertura económica nos anos 90 do século passado, até as reformas institucionais realizadas na última década, e algumas em curso, com o objectivo de promover o desenvolvimento de um empresariado activo, dinâmico e competitivo, tendo na iniciativa privada o seu principal eixo de actuação.

Na última década, várias iniciativas podem ser identificadas neste domínio. No lado das infra-estruturas, investimentos avultados sobretudo em portos, aeroportos e estradas permitiram estreitar distâncias, alargar mercados e facilitar a circulação de pessoas e bens no país e entre este e o exterior. No lado institucional, reformas importantes foram levadas a cabo, destacando-se a modernização de alguns processos administrativos e burocráticos (projectos Casa do Cidadão, Empresa na Hora, entre outros), reformas a nível do aparelho institucional público com responsabilidades na matéria (projecto de modernização e reforma do Estado), reforço da regulação de sectores chave da economia, revisão da estrutura fiscal, acompanhada de uma política consistente de redução da carga tributária sobre as empresas, entre outros. De destacar ainda a política de abertura de Cabo Verde com a adesão à Organização Mundial do Comércio, Parceria Especial com a União Europeia e reaproximação com a CEDEAO. A nível do capital humano, registou-se o surgimento e crescimento acelerado do ensino superior público e privado no país, o alargamento do ensino técnico profissional, investimentos consistentes a nível de infra-estrutura escolar, etc.

Neste quadro, afirma-se o conceito de competitividade estrutural das economias nacionais defendido por vários economistas. Trata-se de criar ou desenvolver condições estruturais favoráveis a estratégias competitivas empresariais, tudo enquadrado num sistema económico flexível, com

reduzido peso do sector público, com o objectivo de garantir uma envolvente macroeconómica estável, que inspire confiança aos investidores nacionais e estrangeiros.

O que suscitou a inquietação para desenvolver este trabalho é uma sensação de controvérsia actual entre duas abordagens distintas de discursos. Por um lado os governantes dizem estarem criadas actualmente todas as condições, pelo menos as mais importantes, para que o empreendedorismo seja uma realidade evidente no nosso país e que cabe aos actuais e potenciais empresários aproveitar estas oportunidades, por outro lado muitos dos empresários actuais e pessoas portadoras de uma ideia de negócio, sobretudo jovens, reivindicam a necessidade de melhorar o ambiente de negócio em suas várias facetas para que o sector privado possa assumir um papel de maior destaque na economia nacional e o empreendedorismo ser uma realidade evidente.

Então, quais os reais problemas ou entraves?

Este trabalho vai diagnosticar os principais entraves ao empreendedorismo jovem na cidade de Praia, com uma abordagem prática junto de 10 empresas de jovens considerados “caso de sucesso”.

O objectivo é de ouvir estes jovens, inteirar com as suas realidade empresariais, conhecer os seus percursos empresarial, recolher opiniões destes sobre os principais entraves que tiveram que ultrapassar, e também escutar opiniões destes do que precisa ser melhorado para que o empreendedorismo jovem tenha uma maior afirmação.

Todos partilhamos a ideia de que o empreendedorismo pode ser o “motor” da economia, um agente de mudanças, contribuindo para a criação de empregos, crescimento económico e melhoria de competitividade de cabo Verde, visto que dispomos de recursos e uma população economicamente activa maioritariamente jovem.

1.3 Objectivo

1.3.1 Objectivo geral

Identificar os principais entraves ao empreendedorismo jovem na Cidade de Praia.

1.3.2 Objectivos específicos

- Analisar as condições que dizem estarem criadas e as reais necessidades dos actuais e potenciais jovens empresários;
- Averiguar os factores que fomentam e travam as dinâmicas empresariais jovens;
- Identificar o perfil dos jovens empresários considerados “caso sucesso” na Cidade de Praia;
- Propor sugestões de melhoria de apoio aos jovens empresários.

1.4 Definições conceituais e operacionais da pesquisa

As definições operacionais correspondem à delimitação dos conceitos utilizados para possibilitar a interpretação e análise dos resultados. Atribuem significados as variáveis de pesquisa, permitindo que sejam medidos e alisados (KERLINGER, 1980).

Devido à diversidade de interpretações dos conceitos encontrados na literatura, faz-se necessário especificar a concepção sobre os termos que são fundamentais para a compreensão da questão de pesquisa.

Como é ampla a esfera de aplicação do empreendedorismo e de ser empreendedor, torna-se necessário relembrar que este trabalho apenas aborda o empreendedorismo na sua dimensão empresarial.

O empreendedor, para fins deste trabalho, é compreendido como o sujeito que está atento às oportunidades de negócio, sabe identifica-las, assume os riscos inerentes ao seu projecto e trabalha arduamente para transformação dessas oportunidades em resultados, por meio da optimização ou racionalização dos recursos disponíveis de forma criativa e inovadora.

2. Enquadramento Teórico

2.1 Empreendedorismo: Breve histórico do empreendedorismo

Muitos pesquisadores se propuseram a definir empreendedorismo, mas não existe um consenso entre os diversos significados que a palavra assume. Alguns autores defendem que o vocábulo provém do verbo *entrepreneur*, do idioma francês. O significado literal do termo seria “Aquele que está entre” ou “intermédios”.

O quadro a seguir estabelece uma ordem cronológica para o desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e apresenta a evolução do conceito de empreendedor:

Quadro 1: Desenvolvimento da teoria do empreendedorismo e do conceito de empreendedor

Idade Média	Participantes e pessoa encarregada de projectos de produção em Grande escala.
Século XVIII	Pessoas que assume riscos de lucro (ou prejuízo) em um contrato de valor fixo com o governo.
	Richard Cantillon – pessoas que assume riscos é diferente de que fornece capital.
1803	Jean Baptist Say – lucros de empreendedor separado dos lucros de capital.
1876	FracisWalker – distinguiu entre os que forneciam fundos e recebiam juros e aqueles que obtenham lucro com habilidades administrativas
1934	Joseph Schumpeter – o empreendedor é inovador e desenvolve tecnologia que ainda não foi testada.
1951	David McClelland – o empreendedor é alguém dinâmico que corre riscos Moderados.
1964	Peter Drucker – o empreendedor maximiza oportunidades
1975	Albert Shapero – o empreendedor toma iniciativa, organiza alguns mecanismos sociais e económicos, e aceita riscos de fracasso.
1980	Karl Vesper – o empreendedor é visto de forma diferente por economistas, psicólogos, negociantes e políticos.
1985	Robert Hisrich – o empreendedorismo é um processo de criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e esforço necessário, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo consequentes recompensas da satisfação económica e pessoal.

Fonte: HISRICH; PETERS, 2002.

O início da utilização do termo empreendedor ocorreu na idade média. Segundo Hisrich e Peters (2002), o termo era usado para identificar participantes ou administradores de grandes projectos de produção. Segundo os autores, o clérigo, pessoa responsável pela construção de obras arquitectónicas, seria um exemplo típico de empreendedor.

O termo foi utilizado, a princípio, na história militar Francesa do século XVII, para designar Franceses que lideravam expedições militares. Uma outra aplicação do termo, no mesmo período,

seria para descrever a pessoa que estabeleciam contrato com os governos para fornecer determinados produtos ou serviços (HISRICH; PETERS, 2002).

Um dos primeiros autores a discorrer sobre o empreendedorismo foi Richard Cantillon. Na visão do autor, o empreendedorismo era caracterizado pela compra de matéria-prima, por um preço determinado, para processá-la e revendê-la por um outro preço, obtendo, além do lucro previsto, um lucro inesperado. Jean Baptist Say também foi um dos primeiros a discutir o conceito do empreendedorismo. Say considerava que o desenvolvimento económico era resultado da criação de novos empreendimentos, os dois autores relacionavam o empreendedorismo às ideias de lucro e dos riscos inerentes ao negócio (FILION, 1999).

Já no início do século XX, Joseph Schumpeter relaciona novos conceitos ao empreendedorismo. Schumpeter (1982), economista que desenvolveu a teoria da “destruição criativa”, associou o empreendedorismo à inovação. Segundo o autor, o empreendedorismo corresponde à criação de unidades produtivas, através de novas combinações.

Weber (1930) e McClelland (1961) Trouxeram novas abordagens ao campo do empreendedorismo, que passou a ser relacionado ao empreendedor, na figura do indivíduo. Weber descreveu como a reforma protestante produziu uma nova características de personalidade, que desenvolveu um espírito mais vigoroso na atitude de trabalhadores e empreendedores, que resultou no desenvolvimento da indústria moderna capitalista. Ele explicou a relação entre a iniciativa empreendedora presente no capitalismo e o sistema de crenças e valores das sociedades. McClelland associou o empreendedorismo á necessidade de realização e iniciou o trabalho da identificação das Características de um empreendedor (McCLELLAND, 1961).

Filion (1999), um dos autores que pesquisam o tema na actualidade afirma que “ A Visão projectada sobre o futuro de seus negócios é o factor principal de sucesso de empreendedores bem-sucedidos”.

2.2 Abordagens sobre o empreendedorismo

No campo do empreendedorismo diversas abordagens foram desenvolvidas pelos pesquisadores ao longo do tempo, orientadas pelos conceitos de determinadas áreas do conhecimento. O economista, o sociólogo, o psicólogo, o antropólogo, o administrador e os pesquisadores das demais ciências interessados no tema tiveram a sua própria forma de definir e organizar os conceitos contidos no empreendedorismo em escolas, conforme a linha de pensamentos dos autores, assim, foram identificadas diversas escolas do empreendedorismo. Entretanto, este trabalho enfatiza as três

principais, que foram adoptadas na maior parte das pesquisas consultadas: a escola económica, a escola sociológica e a escola comportamentalista.

2.2.1 Escola Económica

De acordo com Filion (1999), Cantillon e Say foram os precursores do empreendedorismo vinculado ao pensamento económico, e não eram necessariamente economistas, pois naquela época qualquer pessoa que se interessasse por organizações ou pela criação e distribuição de riquezas era considerado economista. Na definição de Cantillon, o empreendedor era aquele que comprava mercadoria a certo preço, para vender por um preço não determinado. Para Say, o empreendedorismo consistia na combinação de factores de produção dentro de um organismo.

Joseph Schumpeter foi o grande expoente dessa escola, lançando as bases do empreendedorismo, como campo de conhecimento. A teoria de Schumpeter sobre o empreendedorismo é parte de um esforço para construção de um novo conceito para a teoria económica que ele denominou de “destruição criativa”, por meio da inovação, que corresponde ao início de uma nova função produtiva. De acordo com o autor, a destruição criativa é o processo de destruição da ordem económica por meio das inovações realizadas pelos empreendedores, que substituem produtos, processos e modelos de negócio antigos, gerando uma nova ordem económica. (SCHUMPETER, 1954).

Em sua visão, o empreendedorismo é a forma de realizar novas combinações de recursos já existentes. O empreendedorismo consiste em fazer inovações. Segundo o autor, as características distintivas do empreendedor é a natureza da inovação de sua actividade, e essa actividade inovadora gera o desenvolvimento económico.

Em seu trabalho, Schumpeter discorre sobre as novas combinações de recursos e apresenta cinco maneiras pelas quais elas podem ocorrer: (1) a introdução de um novo produto; (2) a introdução de um novo método de produção; (3) a abertura de um novo mercado; (4) o domínio de uma nova fonte de matéria-prima e (5) a criação de uma nova organização ou indústria (SCHUMPETER, 1954).

Apesar de encontrarem dificuldades em encaixar o empreendedorismo dentro dos modelos económicos, diversos outros economistas abordaram o assunto, trazendo visões diferentes sobre a actividade empreendedora. O quadro, a seguir, apresenta resumidamente as principais ideias dos economistas a respeito do empreendedorismo.

Quadro 2: Empreendedorismo sob a perspectiva da escola económica

Adam Smith	Não distinguia o capitalista do empreendedor e tinha a tendência de ver o processo económico como algo automático.
AlfredMarshall	Via o empreendedorismo como sinónimo de gestão de negócio e sugeria que o pagamento para essa função seria a remuneração de uma habilidade.
LéonWalras	Via a economia como um sistema que reagia a impulsos externos, não tendo o empreendedor um papel de impacto no sistema.
Frank Knight	O empreendedorismo está associado ao risco e à incerteza. Enquanto o risco pode ser calculado, as incertezas não podem ser previstas.
Mark Casson	O empreendedor é uma pessoa que se especializa em tomar decisões de como coordenar recursos escassos.
Israel Kirzner	Empreendedorismo significa estar alerta às oportunidades de lucro

Fonte: elaborado com base em Swedberg, 2000.

Como podemos constatar, essa abordagem procura caracterizar o empreendedor pelo que ele faz, ou seja, nota-se que pela abordagem económica o empreendedorismo está associado a sua função no sistema económico.

2.2.2 Escola Sociológica

Diversos estudos foram realizados com a intenção de encontrar nas estruturas sociais as explicações para o fenómeno do empreendedorismo. Essa abordagem relaciona três aspectos: o desenvolvimento económico, a actividade empreendedora e a sociedade. A análise é realizada tendo como referência o grupo e não o indivíduo. Considera-se que o indivíduo é influenciado pelas estruturas e instituições sociais, e que é a partir daí que se forma as dinâmicas, sempre numa perspectiva colectiva, e não individualista.

Max Weber (1967), um dos percursores desta escola, procurou estabelecer uma relação histórica entre as características peculiares do protestantismo e do catolicismo, relacionando-as ao desenvolvimento histórico do sistema capitalista. Weber analisa que a religião protestante contribuiu para o desenvolvimento de uma atitude positiva em relação ao trabalho e à geração de riquezas, que teria sido um passo importante em direcção ao desenvolvimento do capitalismo e, por consequência, da atitude empreendedora. Resumidamente, Weber descreve como a ideologia e os valores interferem no comportamento das pessoas e consequentemente, na formação da sociedade.

Muitos autores exploraram o conceito de capital social, “Características históricas sedimentadas em termos culturais”, que constituem o suporte para as acções empreendedoras, capazes de gerar o

desenvolvimento económico. Segundo esses autores, o capital social herdado pelo empreendedor é o factor chave para a explicação do sucesso de suas iniciativas empresariais (FAVATRETO, 2005).

Outros autores desta escola procuraram compreender a influência de elementos sociais, tais como: Cultura, família e grupos étnicos, no comportamento do empreendedor. A influência de factores situacionais que têm implicações sociais, como emigração e imigração, também foram investigados (SWEDBERG, 2000).

Uma outra linha de estudo no campo da sociologia consiste na análise do empreendedorismo utilizando a teoria de redes. Esses estudos são voltados para as iniciativas de associações dos recursos disponíveis por meio da conexão de redes em uma determinada região, estimulando e fortalecendo a iniciativa empresarial (SWEDBERG, 2000).

2.2.3 Escola Comportamentalista

David McClelland foi um autor de grande importância para o empreendedorismo e é considerado um dos precursores da escola comportamentalista. Ele fez um estudo de diferentes civilizações, com diferentes culturas e procurou as causas que justificassem o desempenho económico das mesmas. Dentre os factores identificados, ele direccionou seu foco para o factor que ele considerou o mais importante: a necessidade de realização e o crescimento económico. Ele queria saber o quanto especificamente essa necessidade de realização resultava em um crescimento económico mais rápido, e via o empreendedor como o elo entre essas variáveis, que possibilitaria a resposta para essa questão (MCCLELLAND, 1961).

Na definição de McClelland (1961), o empreendedor é “o homem que organiza a empresa e/ou aumenta sua capacidade produtiva”. Segundo o autor, a sociedade que tivesse um elevado nível de realização, produziria empreendedores com mais energia, gerando, portanto, crescimento económico mais rapidamente. Em seu trabalho, ele se concentra em três pontos principais relacionados ao empreendedorismo: o papel do empreendedor, as características do empreendedor e o que constitui o espírito empreendedor.

A escola comportamentalista relaciona a figura do empreendedor a necessidade de realização.

Enquanto os economistas percebiam o empreendedorismo através de sua função, os comportamentalistas se preocupavam em analisar o empreendedor, enquanto indivíduo, possuidor de características distintivas, influenciado pelo sistema de valores que faz parte da sua formação (FILION, 2000).

2.3 Conceito de empreendedor

Segundo Filion (2000), realizar pesquisas na área do empreendedorismo “é como entrar dentro de um imenso labirinto. Encontra-se de tudo para todos”. Assim, não é anormal o facto de existirem tantas definições diferentes para o termo.

Na definição de Santos (1983), o empreendedor é o agente responsável pela criação de novas empresas, que correspondem a unidade de produção de bens e serviços, que visa satisfazer as necessidades da sociedade. São pessoas que decidem fazer novas combinações dos recursos produtivos para estabelecer uma empresa. Em uma outra definição, o autor afirma que os empreendedores são inovadores, pois se empenham em fazer produtos ou prestar serviços diferenciados, que satisfazem as necessidades demonstradas pelos clientes (SANTOS, 1995).

De acordo com Casson (1982), o empreendedor pode ser definido por meio de duas abordagens: a indicativa e a funcional. A abordagem indicativa apresenta o empreendedor em termos do que ele é, descrevendo como ele pode ser reconhecido, suas características. Utilizando a abordagem funcional, o empreendedor é definido conforme a sua função, um empreendedor é o que um empreendedor faz. Sob o ponto de vista da análise funcional: o empreendedor é alguém que se especializa em tomar decisões no que tange a coordenação ou combinação de recursos escassos.

Bowen e Hisrich (1986) definiram o empreendedor como alguém que consegue criar algo diferente que tenha valor, dedicando tempo e esforço, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais, e obtendo como resultado a recompensa em termos financeiros e de satisfação pessoal.

Para Sigmar Malvezzi (1999), o empreendedor é o profissional que “faz acontecer” porque tem um projecto e decisão. Ele é caracterizado por identificar oportunidades, se empenha para aproveitá-las e enfrentar os riscos inerentes.

Filion (1999) apresenta a seguinte definição:

“O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objectivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócio e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objectivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor. Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”.

Leite (2000) vê o empreendedor como alguém que é capaz de identificar e aproveitar as oportunidades, munido de livre determinação e assumindo riscos. Ele diz que o empreendedor “é um artista, um criador. Cria novos produtos, novos empregos, novas coisas”.

Na visão de Dolabela (2006) o empreendedorismo contém as ideias de inovação e iniciativa e, o empreendedor é um insatisfeito que direcciona seu inconformismo para realização de descobertas e propostas positivas para si e para os outros, preferindo caminhos não trilhados e sabendo que seus actos irão gerar consequências positivas.

O empreendedor não está, necessariamente, relacionado à criação de um novo negócio. O conceito pode ser aplicado a pessoa que trabalha, com um vínculo de emprego, em organizações e realizam inovações, seja em algum produto ou em algum processo. Eles são chamados de empreendedores corporativos (FILION, 2001).

Na maioria das definições de empreendedor estão presentes os seguintes elementos: inovação, disposição para correr riscos calculados, identificação de oportunidades e combinação e utilização dos recursos disponíveis.

2.4 Características do empreendedor

Diversos estudos foram realizados para identificar o perfil do empreendedor, mas ainda não foram apresentados estudos conclusivos à existência de um delimitado perfil ou características do empreendedor. Os empreendedores não constituem um grupo homogêneo, pois podem apresentar sob diversas formas, com uma grande variedade de características (BIRLEY; MUZIKA, 1997). Podemos apresentar algumas características que a maioria dos autores defende:

❖ Disposição para correr riscos

Uma das características marcantes do empreendedor é a sua capacidade de correr riscos. Na maioria parte dos casos os riscos se concentram em torno das esferas financeiras, psicológicas e sociais. Entretanto, os riscos aos quais o empreendedor se expõe são moderados e calculados (BIRLEY; MUZIKA, 1997; LEITE, 2000). É um mito a ideia de que o empreendedor aventura em riscos sem pesar as consequências (HISRIC; PETERS, 2002). Segundo Filion (1999), eles procuram minimizar as incertezas no processo de tomada de decisão para actuarem frente aos riscos que assumem. Associadas a essa característica, estão a coragem e a audácia. A coragem é a disposição para enfrentar uma dificuldade e audácia é o impulso para a realização.

❖ **Orientação para a realização**

As pesquisas de McClelland (1961) sugeriram que a necessidade de realização é uma característica distintiva do empreendedor. Os empreendedores se sentem motivados para criar e realizar coisas. Eles fazem as coisas acontecerem e são orientados para a acção. Deste modo, são reconhecidos por transformar ideias em negócio, transformar sonhos em projectos e transformar projectos em novos processos, produtos ou serviços (MCCLELLAND, 1961; LEITE, 2000).

O empreendedor procura fazer sempre mais e melhor, nunca se contentando com o que já atingiu. Não tentar progredir significa estagnar, e um empreendedor deve ter a ambição de chegar um pouco mais além do que da última vez.

❖ **Capacidade de identificar e explorar oportunidades**

O empreendedor está sempre atento às oportunidades à sua volta. Ele possui um alto nível de consciência do ambiente em que vive (FILION, 1999). De acordo com Birley e Musyka (1997), a chave para o empreendedorismo é “a capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades”. Eles definem a oportunidade como um conceito de negócio que é transformado em produto ou serviço a ser oferecido, gerando um lucro financeiro. Por ser um indivíduo curioso e atento aos acontecimentos à sua volta, o empreendedor tem mais facilidades em saber quando uma ideia ou uma situação tem potencial para se transformar em um bom negócio (DORNELAS, 2005).

❖ **Inovação**

A inovação ocorre por meio de vontade do empreendedor de fazer as coisas de uma maneira diferente. O empreendedor se esforça para estar sempre à frente, trazendo novidades para o meio em que actua. Ele está disposto em procurar em fazer as coisas da melhor maneira possível. As novidades surgem de suas ideias criativas e das tentativas de melhorar as coisas que realizam (FILION, 1999; DEGEN, 2009).

À medida que a concorrência se intensifica, a necessidade de criar novas coisas em novos mercados também aumenta. Já não é suficiente fazer a mesma coisa de maneira melhor. Pelo contrário, é preciso que o empreendedor vá mais longe, apostando na criatividade, para que os negócios possam evoluir com as mudanças.

❖ **Necessidade de controlo**

De acordo com Birley e Musyka (1999), os empreendedores gostam de estar no controle e têm dificuldades de serem controlados. Eles tendem a buscar a posição de comando e não se sentem confortáveis com a situação de subordinação a outras pessoas. Eles “consideram sufocantes os relacionamentos com a autoridade e com as estruturas a ela associadas”. O empreendedor acredita que a sua realização depende de si mesmo e não de forças externas sobre as quais não tem controlo. Ele vê-se com capacidade para se controlar a si mesmo e para influenciar o meio de tal modo que possa atingir os seus objectivos.

❖ **Optimismo**

Os empreendedores têm uma visão positiva sobre a vida e os seus negócios. Eles acreditam que as coisas vão dar certo e colocam o foco nas oportunidades e não nas dificuldades. Eles se mostram animados e esperançosos quanto ao futuro (DORNELAS, 2005; MOELLER, 2002).

O empreendedor deve definir metas e consequentemente tentar atingi-las, sempre com um espírito positivo, sem se deixar abater quando algo não corra tanto quanto se esperava. Eles consideram o fracasso apenas como resultados não esperados que indica o que precisa ser modificado.

❖ **Dedicação**

Os empreendedores se dedicam aos seus projectos e não economizam esforços para que esses se realizem. Trabalham o tempo que for necessário, fazendo tudo o que for necessário para a implementação de suas ideias (HISRIC; PETERS, 2002; DEGEN, 2009).

❖ **Paixão pelo que faz**

O empreendedor é apaixonado pelo que faz. Ele tem um profundo envolvimento e comprometimento com o seu trabalho. O entusiasmo está sempre presente em suas acções. Ele gosta de suas actividades, sente prazer em trabalhar e satisfação em fazer as coisas (DORNELAS, 2005; MOELLER, 2002)

❖ **Persistência**

É o que move o empreendedor a seguir em frente, mesmo com os obstáculos e dificuldades que aparecem no caminho. O empreendedor não desiste de seus projectos e acredita que é capaz de superar os desafios (DORNELAS, 2005). Outra característica dos empreendedores que pode ser associada à persistência é a resiliência, que é a resposta positiva a uma adversidade, e flexibilidade

que é a capacidade de adaptação às diversas mudanças que ocorrem num ambiente (MOELLER, 2002).

2.5 Empreendedorismo por oportunidade e por necessidade

A GEM¹ (Global Entrepreneurship Monitor) classificou o empreendedorismo de acordo com a motivação para a actividade empreendedora, foram definidos dois tipos de empreendedorismo: por oportunidade e por necessidade.

- O empreendedorismo por oportunidade é aquele que se lança ao negócio próprio por perceber um nicho de mercado em potencial. A busca de uma oportunidade pode ser motivada pela busca de independência, de aumento da renda pessoal ou pela realização de um sonho.
- O empreendedorismo por necessidade é a pessoa que se aventura à criação do negócio próprio para sobreviver à escassez dos empregos formais em organizações. É o indivíduo que não encontra espaço no mercado de trabalho e encontra no empreendedorismo uma forma de fugir do desemprego. Nesse caso, o empreendedor não é idealizado previamente e se apresenta mais como uma alternativa de sobrevivência do que como uma escolha planejada.

2.6 Factores que influenciam o empreendedorismo

Apesar do afeito da globalização o empreendedorismo ainda é compreendido como um fenómeno regional. Assim, o impulso à actividade empreendedora apresenta uma relação directa, por exemplo, com a cultura, as políticas governamentais e a situação económica de um país (FILION, 1999).

✓ Políticas governamentais

As políticas governamentais são muito importantes para o desenvolvimento do empreendedorismo em um país. Elas se manifestam de formas variadas. Uma delas é a infra-estrutura. Sistema de transporte e de comunicações de boa qualidade também significam condições favoráveis para o

¹ O GEM (Global Entrepreneurship Monitor – é um consórcios de pesquisadores que tem por objectivo desenvolver pesquisas, de âmbito internacional, sobre a actividade empreendedora). O GEM surge em 1999 como iniciativa conjunta do Babson College (Estados Unidos da América) e da London Business School (Reino Unido). O projecto GEM tem como objectivo analisar a relação entre o nível de empreendedorismo e o nível de crescimento económico em vários países e, determinar as condições que fomentam e travam as dinâmicas empreendedoras em cada país. Iniciado em 1999, em 10 países, este projecto tem vindo a expandir-se, contando em 2007 com 42 países. Trata-se do maior estudo de empreendedorismo a nível mundial.

desenvolvimento da actividade empresarial. A carga tributária é outra razão importante. Países que adoptam uma taxa de impostos repressivos limitam a actividade empreendedora e comprometem a situação financeira dos novos empreendimentos (HISRICH; PETERS, 2002).

Outra forma que o governo tem de estimular o empreendedorismo é a criação de instituições de apoio aos empreendedores. Alguns países contam com instituições fortes nesse sentido, como é o caso da SBA (Small Business Administration) nos Estados Unidos e da APCE (Agência para criação de empresas) na França. Ambas são instituições governamentais criadas para proporcionar o desenvolvimento do empreendedorismo. Em Cabo verde um exemplo dessas instituições é a ADEI (Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação).

Além disso, muitos governos estabelecem acções que privilegiam as, MPEs (micro e pequenas empresas) dando-lhes prioridades na obtenção de subsídios e na redução de impostos e taxas.

A educação também se inclui nas políticas governamentais. O sistema educacional é um factor que influencia a actividade empreendedora, tanto no sentido de capacitar as pessoas para essa actividade, quanto no sentido de despertar nas pessoas o estímulo ao empreendedorismo. Países que incluem a preparação para o empreendedorismo nos objectivos do currículo educacional apresentam maior nível de actividade empreendedora por oportunidade (GEM, 2008).

✓ **Cultura**

Existe uma relação muito próxima entre a cultura e o empreendedorismo. Weber (1967) foi um dos pioneiros a relacionar a cultura ao empreendedorismo, estabelecendo uma conexão entre os valores das sociedades protestantes e o espírito empreendedor. McClelland (1961) também aborda o aspecto cultural ao apontar que a necessidade de auto-realização, factor gerador do empreendedorismo, era decorrentes dos valores de uma sociedade, variando de uma sociedade para outra.

Os empreendedores estabelecidos constituem forte apelo ao desenvolvimento de novos empreendedores. Eles representam um modelo a ser seguido. De acordo com Hisrich e Peters (2002), o facto de que os empreendedores estão sendo mais divulgados, estimulam mais pessoas a iniciarem o negócio próprio. Na visão de Fillion (2002), em condições de igualdade nos demais aspectos, quanto mais empreendedores uma sociedade tiver e quanto mais esses empreendedores se destacarem, maior será o número de jovens que se lançarão ao empreendedorismo, escolhendo-o como opção de carreira.

Alguns estudos sobre empreendedorismo sugeriram que a existência de experiência empreendedora na família inspira no indivíduo a disposição ao empreendedorismo. Assim, indivíduos que têm pais ou parentes próximos empreendedores têm maior probabilidade de desenvolverem seus próprios negócios (MONTROYA, 2000; FILION, 1999; DOLABELA, 2006).

✓ O desemprego

O desemprego frequentemente aparece como uma das explicações para o empreendedorismo na actualidade. De acordo com Pastore (1997), o desemprego é um problema mundial e o número de pessoas que precisam trabalhar é muito superior à quantidade de empregos ofertados. Gerar empregos é uma actividade dispendiosa em função do custo elevado das novas tecnologias, do peso dos encargos e da excessiva regulamentação do emprego.

As elevadas taxas de desemprego ocorrem em decorrência:

- Do avanço tecnológico, que extinguiu inúmeros postos de trabalho através da automatização e exigiu maior capacitação dos trabalhadores. Esses trabalhadores precisam se qualificar e se preparar para lidar com as novas tecnologias no desempenho de suas funções. Entretanto, nem todos conseguem (BLANCH, 2003; PASTORE, 1997; MALVEZZI, 1999);
- Da pressão das empresas por competitividade e, conseqüentemente, por redução de custos. Reduzir custos, em muitos casos, implica em demitir pessoas. As organizações buscam estruturas cada vez mais flexíveis, procurando operar com o mínimo de pessoas possíveis (SANTOS, 1995);
- Do aumento da oferta de trabalhadores no mercado de trabalho, tornando esse mercado mais competitivo e mais exigente. Os critérios de qualificação são cada vez mais rigorosos;
- Surgimento de novas relações de trabalho, que exigem mais flexibilidade por parte das organizações e dos trabalhadores. A terceirização, que consiste em transferir a outros as actividades que não estão directamente relacionadas ao negócio principal da organização, é um exemplo de forma de alternativa de trabalho (SANTOS, 1995; PASTORE, 1997).

Ao analisar a crise de emprego, Pastore (1997) e Blanch (2003) afirmam que a tendência para o mundo do trabalho no futuro é a flexibilização das relações de trabalho. A relação de trabalho será semelhante à execução de um projecto, que tem começo, meio e fim, em que o contracto é vigente pelo tempo de duração do projecto. Os trabalhadores se transformam em prestadores de serviços, podendo trabalhar para várias organizações.

2.7 Desenvolvimento Económico e Empreendedorismo

O empresário inovador é um agente fundamental do processo de desenvolvimento económico, de acordo com a visão schumpeteriana. Juntamente com o crédito bancário e as inovações tecnológicas, o empreendedor é um importante agente de criação de novos negócios e, consequentemente, de desenvolvimento económico. A iniciativa individual do empresário pode ser estimulada pelo apoio oficial, contudo o empresário de sucesso geralmente é um homem de iniciativa, um individualista e auto-suficiente, mas que busca sustentação em todas as frentes. O empresário, nessas condições, apresenta-se também como um racional, cujo fim é a rentabilidade e não o consumo (SCHUMPETER, 1982, p. 64).

A existência de empresários inovadores e de novas combinações produtivas é, segundo Schumpeter (1982), condição necessária para o processo de desenvolvimento económico. A situação em que uma economia não está em processo de desenvolvimento económico é referida por Schumpeter como “economia em fluxo circular”. Essa situação caracteriza uma economia em equilíbrio, onde as relações entre as variáveis ocorrem em condições de crescimento equilibrado, o qual é determinado pelo ritmo da expansão demográfica; dessa forma, uma economia em fluxo circular ocorre na ausência de inovações e empreendedorismo. Ou em outras palavras, a ausência de novas combinações, de crédito bancário e empreendedores é, segundo Schumpeter (1982), o factor limitante do processo de desenvolvimento económico.

Outro agente fundamental do desenvolvimento são instituições financeiras. As instituições financeiras fornecem poder de compra ao empresário e torna possível a realização de novas combinações produtivas. O empresário é um líder, um homem de vontade, que ousa, que tem força e se dispõe a assumir riscos. Convém esclarecer que, para Schumpeter, “o empresário nunca é aquele que corre risco”; o risco é assumido por quem concede o crédito — o capitalista. (SCHUMPETER, 1982, p. 92).

A natureza e as actividades do empresário são condicionadas pelo ambiente sociocultural em que vive e trabalha. Para realizar sua função e impulsionar o desenvolvimento económico, o empresário necessita de duas coisas: Pacote de inovação tecnológica e linha de crédito de curto e longo prazo.

Assim, a visão de Schumpeter tornou-se predominante: o empreendedor como motor da economia, o agente de inovação e mudanças, capaz de desencadear o crescimento económico.

Isto é muito importante porque significa que sociedades, através da actividade empreendedora, podem ter a iniciativa de liderar e coordenar o esforço no sentido do seu próprio crescimento

económico. Acredita-se, com isso, ser possível alterar a curva da estagnação económica e social através de desenvolvimento de actividades inovadoras, capazes de agregar valores económicos e sociais (DOLABELA, 1999).

Para Souza (1999) a teoria schumpeteriana sofre algumas dificuldades de adaptação para os países subdesenvolvidos, ou seja, para aqueles países que não possuem um elevado potencial de empresários com disponibilidade de capital (próprio e de terceiros) e condições de gerar novas tecnologias. Cabo Verde estaria dentre esses países.

Desse modo, para que o modelo schumpeteriano possa ser aplicado aos países em desenvolvimento, torna-se necessário efectuar algumas adaptações às principais categorias de sua análise. Para isso Souza considerou as contribuições de Wallich, Laumas e Muñoz.

De acordo com Souza a principal contribuição de Wallich (1969, apud SOUZA, 1999) foi afirmar que, em países subdesenvolvidos, o empresário não representa a força propulsora da economia, a inovação nem sempre se faz presente e o enriquecimento privado nem sempre se identifica como o objectivo predominante. Outra contribuição é a de Laumas (1962, apud SOUZA, 1999). A abordagem de Laumas foi igualmente importante por salientar que o estado pode concorrer com o sector privado por produtos e factores escassos, impossibilitando as inovações tecnológicas. Altos custos limitam a escala das inovações e a economia teria dificuldade de sair do fluxo circular, não havendo, portanto, desenvolvimento económico.

Muñoz (1986), também citado por Souza (1999), mostrou que a abertura da economia ao mercado externo proporciona um maior desenvolvimento da classe empresarial. A combinação entre Estado, comunidade e empresariado estrangeiro gera um processo de aprendizagem tecnológica e empresarial que, a longo prazo, pode proporcionar a formação endógena de tecnologia e desenvolvimento económico auto-sustentado.

Schumpeter (1982) não só associou empreendedorismo à inovação, mas também mostrou a importância do empreendedor para o desenvolvimento económico. Diversos economistas associaram empreendedor à inovação, pois acreditavam que o empreendedor funcionava como um motor do sistema económico, como detectores de oportunidades de negócios e criadores de empregos. Mas os empreendedores são pouco citados nos modelos clássicos de desenvolvimento económico (FILION, 1999).

2.8 A Importância das Micro e Pequenas Empresas

Até o fim dos anos de 1970, o Estado e as grandes empresas eram consideradas os únicos suportes económicos relevantes para a sociedade. Nos anos de 1980, alguns factores - o endividamento crescente dos governos, o aumento da concorrência dos mercados e sua abertura aos mercados internacionais, a utilização intensiva de tecnologia nos processos produtivos, etc. - transformaram este panorama, delineando uma nova organização económica. As grandes empresas passaram a produzir mais com menos empregados; os governos buscaram diminuir os seus deficits através do redimensionamento de seus quadros de pessoal. A partir daí, as maiores criadoras de empregos passaram a ser as Micro e Pequenas Empresas (MPE's) que estão espalhadas em todos os países, como é o caso de Cabo Verde. Portanto, as MPE's, juntamente com seus fundadores e/ou empreendedores, surgem como geradores de emprego e riqueza e, além disso, surgem para preencher as lacunas de necessidades não atendidas pelas grandes empresas.

Tendo em vista a importância das MPE's e dos empreendedores para a sociedade Cabo-verdiana, o que pode ser feito no intuito de fomentar o seu desenvolvimento?

Penso que muitas acções devem ser desenvolvidas, dentre elas: estimular o ensino de empreendedorismo para todos os níveis educacionais; estimular a pesquisa na área de empreendedorismo; sensibilizar as forças sociais, políticas e económicas para a necessidade de apoio a empresas emergentes; implantar políticas públicas e legislação de apoio; estimular a criação de incubadoras e parques tecnológicos e científicos; preparar a inserção da pequena empresa no mercado mundial; fomentar um sistema Cabo-verdiano de capital de risco. Enfim, qualquer acção que vise o desenvolvimento do empreendedorismo deve considerar a implantação de políticas públicas de incentivo a áreas como educação, ciência e tecnologia.

Nos últimos anos a economia tem redescoberto as pequenas empresas e a difusão do empreendedorismo nos sistemas locais. Ambos desempenham um papel fundamental para o desenvolvimento de uma comunidade, mas, operando de modo individualizado, não mais pode servir como um modelo empresarial para o futuro. A pequena empresa deve, além de manter os factores de sucesso experimentados e utilizados até agora, dar um salto de qualidade equipando-se em um sistema local aberto, para inserir em redes de relações. A constatação é de que a vontade de se unir, de se associar, pode desencadear um processo extraordinário de desenvolvimento equilibrado. Para tanto, penso que deve-se rever o actual padrão de comportamento das MPE's em Cabo Verde, que em sua maioria tem sido fundamentado no egoísmo e individualismo.

A importância das pequenas e micro empresas é facilmente percebida nas realidades actuais. Segundo Filion (1999), a Grã-Bretanha foi um dos primeiros países a entender a importância das pequenas empresas no crescimento económico, através da criação de novos empregos. Além da importância económica — a maioria das unidades produtivas são MPE's e contribuem significativamente com a constituição do PIB, possuem grande relevância social — pois geram boa parte dos empregos no país, e possui também uma grande importância política, na medida em que se mostra um universo potencial e contraditoriamente substantivo: por um lado, “pode se transformar em um sujeito político a partir da sua Auto percepção e assunção como categoria socioeconómica” e, por outro, “atomiza a massa trabalhadora assalariada” (MONTAÑO, 1999, p. 10).

As MPE's apresentam como característica essencial a figura de um fundador ou de fundadores. Nascem pequenas como empreendimentos, mas nascem igualmente sob condução de um indivíduo ou de poucos indivíduos, imbuídos de um desafio, ao mesmo tempo pessoal e profissional. Há, portanto, um forte componente de individualidade. Pode-se acrescentar, igualmente, o carácter familiar de muitas empresas, aquelas em que o chefe da família é empresário vai administrar o negócio, mas sob a óptica da família, na perspectiva da condução do negócio de acordo com os pontos de vista familiares.

Tanto em empresas familiares como em empresas ainda individuais ou de poucos sócios, deve-se ressaltar que uma das características essenciais das MPE's é o empreendedorismo. Na verdade, pode-se observar, nos casos de criação de pequenas empresas, que os novos empreendimentos não trazem necessariamente a inovação, mas podem trazer, por vezes, algumas das características do empreendedor schumpeteriano, seja com a descoberta de um novo produto ou serviço, novos métodos capazes de revolucionar um processo produtivo, novos mecanismos de comercialização, distribuição, acções para aproximar consumidor dos produtos, seja através da prestação de determinado serviço ou nova forma de organizar o negócio.

É claro que nem sempre se podem identificar essas características nos novos negócios de MPE's, mas pode-se identificar, ainda que como repetição, a tentativa de repetir algo já conhecido em um ambiente empresarial novo, no seu próprio ambiente, na busca de inserir e explorar uma oportunidade pela ausência de um produto ou serviço, ou pela disposição desses produtos ou serviços de outra forma em uma dada colectividade. A inovação pode nascer de uma busca de oportunidade, da criação de oportunidades ou da transformação de situações e pode gerar sucesso. Em um ambiente de concorrência, a empresa competitiva deve buscar criar e sustentar uma vantagem competitiva (PORTER, 1991).

Essa problemática assim descrita revela um grande problema do mundo das pequenas e microempresas: a falta de reconhecimento de que a gestão é algo que passa por uma construção que a partir do momento em que se cria uma empresa abre-se o espaço para a reflexão sobre a gestão, incluindo a busca de capacitação para compreender a problemática de um dado sector empresarial em que se opera. Não basta criar empresas, é preciso garantir a sua sobrevivência para que a empresa cresça e se desenvolva.

2.9 O Papel das Micro e Pequenas Empresa para o Desenvolvimento

Dada a importância e relevância do empreendedorismo para o desenvolvimento económico, os gestores deverão estar atentos a uma nova maneira de fazer negócios, baseada na crescente velocidade da informação e na necessidade de se trabalhar colectivamente: parcerias e alianças estratégicas.

O quadro actual da economia mundial tem apontado para três grandes vectores: no plano económico, a globalização e a consequente competição internacional; no plano social, a regionalização, até como resposta aos efeitos da globalização económica que obrigam os países a reduzirem seus custos, por fim, no plano político, a descentralização, pois cada região necessita de flexibilidade para arranjar seus factores e tornar-se competitiva. A essa competitividade num ambiente de regionalização social e descentralização política associa-se a cooperação. Hoje, por exemplo, já se fala muito na regionalização em Cabo Verde, faltando mesmo a sua efectividade.

Os sistemas económicos locais competitivos são o fruto de um planeamento regional em que se busca ter aglomerações económicas (os chamados clusters) competitivas, com o adicional da componente social/comunitária. Um aglomerado competitivo caracteriza-se por ocupar todos os espaços da economia nos três sectores. Uma região voltada para produtos agro-industriais, por exemplo, também deve produzir equipamentos agro-industriais, tem produção agrícola avançada, tecnologia em toda a cadeia, turismo vocacionado e feiras internacionais, etc. A sinergia obtida, especialmente na geração de tecnologia (royalties), é significativa. A verticalização da região significa ocupação de todos os espaços económicos e o consequente alto nível de empreendedorismo.

O conceito de cluster ainda é pouco difundido em Cabo Verde, mas é visto como forte tendência para o desenvolvimento das micro e pequenas empresas nas próximas décadas. Trabalhando em conjunto, as micro e pequenas empresas conseguem ganhos na compra de matéria-prima, reduzem custos e a burocracia, facilitam o transporte e estabelecem uma relação de confiança entre si, além de conquistar maior prospecção do mercado.

Apesar da ideia de associativismo e cooperativismo, o agrupamento não pode ser visto como competição entre as empresas na medida em que cria um equilíbrio entre cooperação e competitividade. Esse novo conceito de gestão associativa pode ser o responsável pelo aumento da produção.

Em Cabo Verde, como a grande maioria dos países, o desenvolvimento regional pode ser a alternativa para a superação de vários problemas. Uma região competitiva tem condições de aumentar as exportações e gerar empregos. Além disso, o vector da regionalização pode actuar no eixo de atenuação das desigualdades, para caso de Cabo Verde que é um arquipélago. Além disso, qualquer processo de desenvolvimento local deve considerar a variável cultural, pois ela pode chegar a representar um entrave estruturante em todo o processo. Afinal de contas, todo processo de mudança causa inquietações e resistências nos indivíduos que fazem parte de uma comunidade.

Em conclusão, várias razões demonstram ligação entre o Desenvolvimento de um País e Empreendedorismo como muito próxima.

Convém realçar que o Empreendedorismo é sobretudo uma característica comportamental, que pode ser ensinada e transmitida. Por isso a sua promoção assume um papel tão importante, para inspirar milhares de pessoas a perseguir as suas ideias, mudar de atitude, correr riscos, criar empregos e desenvolver as relações entre a sociedade, as empresas e o governo.

É a esse propósito que o prémio Nobel Hayek (1974) apresenta o empreendedor como a chave para o desenvolvimento das nações.

3. Empreendedorismo em Cabo Verde

Em termos de estudos aprofundados sobre o empreendedorismo em Cabo Verde só podemos responder com base em "palpite" ou intuição (infelizmente, o recenseamento empresarial do INE dá-nos, por enquanto, apenas pistas). A ADEI (Agencia para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação), a AJEC (Associação dos Jovens Empresários de Cabo Verde), Cabo Verde investimentos (Agência Cabo-verdiana de Promoção de Investimentos), são algumas instituições que também apontam apenas pistas em termos de empreendedorismo em Cabo Verde.

Mas contudo, para falarmos de empreendedorismo no contexto empresarial em Cabo verde torna-se necessário recuarmos no tempo, não muito longe, ao período da liberalização da economia, fruto da transição política para o multipartidarismo no país que ocorreu na década de 90.

A partir dos anos 90, Cabo Verde opta por uma economia de mercado. Ou seja, o sector privado passa a ser decisivo para o desenvolvimento e o crescimento económico.

Em 1991 ocorre um processo de mudança política e social, onde se instala simultaneamente a liberalização económica. Na Constituição da Republica de Cabo Verde (CRCV), estabelece-se formalmente o direito de criar empresas e cooperativas. (artigo 68º da CRCV).

O sistema económico entra verdadeiramente num processo de liberalização e privatização, com a lei nº 01/IV/92 de 25 de Setembro e com a Lei nº 47/IV/92 define o quadro geral de alienação das empresas públicas e das participações do Estado em empresas de natureza privada.

Com o firme propósito de associar a iniciativa económica privada à democracia económica, iniciaram-se as grandes reformas económicas, com destaque para os sectores financeiro e fiscal, em 1992. Ao assumir tais medidas e, ao mesmo tempo, ao defender a economia de mercado e a democracia económica, também como princípios fundamentais, o processo de planeamento estratégico foi determinante e teve como instrumento orientador da execução, as Grandes Opções do Plano (GOP's) e os Planos de Desenvolvimento.

Assim sendo, o Plano Nacional de Desenvolvimento – PND (1992-1995) que congregou os grandes programas de reforma do sistema económico cabo-verdiano marcou o processo de mudança do sistema produtivo a partir de 1992.

Emergiu uma economia de mercado e concomitantemente a recuperação económica do estado de Cabo Verde; a tendência para a redução do crescimento económico foi invertida (de um abrandamento na ordem dos 20% até o início da década de 1990, para um crescimento médio anual de 8,4 % no final da década de 90. Essa recuperação ficou a dever-se em grande parte às medidas de

carácter estrutural adoptadas pelo Governo, com impacto a nível microeconómico, visando a melhoria da afectação dos factores de produção e o favorecimento do sector privado. Entre as mais importantes destacam-se, o encorajamento do sector privado, a promoção da criação das pequenas e médias empresas, a privatização da maior parte das empresas públicas, o reforço dos direitos de propriedade, a abolição dos controlos de preços, a liberalização do comércio externo, a revisão da legislação do trabalho e a modernização do direito comercial. Em linhas gerais, poder-se-ia assegurar que a estratégia do Governo em matéria de desenvolvimento e crescimento económico foi, especialmente no quadro institucional, criando as condições materiais e humanas para que a iniciativa privada e de mercado assumissem o papel de motor da actividade, da inovação tecnológica, do aumento da produtividade e do desenvolvimento, restringindo o Estado a sua presença a sectores considerados estratégicos e de regulação do mercado. O esforço na reforma do Estado e a estabilidade política propiciaram uma maior confiança dos agentes económicos nacionais e estrangeiros na garantia dos seus empreendimentos.

Em 1996, o Governo apresenta as Grandes Opções do Plano sob a designação “

Inserção Dinâmica de Cabo Verde no Sistema Económico Mundial – Uma opção pelo desenvolvimento económico e social auto-sustentado” (GOP, 1997-2000), conceito que surge como resposta ao desafio do desenvolvimento baseado na relação dialéctica entre os factores internos e os externos à economia cabo-verdiana.

Num quadro crescente de relações de maior complexidade, a opção de Cabo Verde no sentido de reforçar a sua integração na economia mundial visou a abertura da economia à concorrência internacional e a promoção e diversificação das exportações. A supressão dos contingentes à importação, a simplificação e abaixamento dos direitos aduaneiros sobre os produtos importados e a supressão do monopólio da empresa pública de abastecimento, relativamente à importação, são exemplos de medidas visando a liberalização do comércio internacional. A prova deste esforço na integração mundial é o pedido de adesão à Organização Mundial do Comércio, OMC, tendo efectivado esta adesão em 23 de Julho de 2008.

O Acordo de Cooperação Cambial com Portugal, assinado em 1998 que permitiu a adopção de uma taxa de câmbio fixo, com base num cabaz de divisas, primeiro em relação ao escudo português, e depois em relação ao euro em Janeiro de 2000. Esta medida diminuiu o risco cambial e contribuiu para uma maior integração na economia mundial.

No Plano 1995-2000 pode ler-se:

“... O apoio directo às PME e às indústrias nascentes; o desenvolvimento de zonas industriais, a atracção do investimento externo, a valorização dos recursos locais para a indústria, a promoção do

sector de micro empresas; e o reforço e a coordenação entre as instituições de apoio...” (PND, 1997-2000, p.84).

Este modelo rompe com o sistema tradicional de planeamento, e introduz o factor de inserção nas oportunidades oferecidas pelo meio envolvente, combinadas com o desenvolvimento e as transformações dos factores internos e clama pela necessidade de uma abordagem essencialmente prospectiva.

Podemos afirmar que, as grandes reformas empreendidas nos últimos anos em Cabo Verde traduziram-se, entre outros aspectos, nos seguintes: **1)** o sector privado conheceu uma outra dinâmica de desenvolvimento, embora maioritariamente no comércio e serviços virados para o mercado interno; **2)** aumento do fluxo do investimento directo externo; **3)** aumento e alteração da estrutura das exportações de bens (peso significativo da exportação de produtos de indústria ligeira e diminuição dos produtos tradicionais).

Nas Grandes Opções do Plano, 2006-2011, é explícito o tratamento da problemática do empreendedorismo. A segunda opção diz o seguinte:

“...Promover a capacidade empreendedora, a competitividade e o crescimento; alargar a base produtiva...” (GOP 2006-2011, p.42).

As GOP's estabelecem assim o enquadramento do fenómeno do “empreendedorismo” (e interligam o processo de desenvolvimento com o combate à pobreza). Confere-se ao sector privado, uma vez mais o papel de dinamizador do crescimento económico.

Dentro desse clima, os empreendedores em Cabo Verde, atentos às mudanças verificadas no contexto nacional e no mercado internacional, procuram uma nova postura, uma melhor combinação dos recursos disponíveis, de forma a aumentar proactivamente o volume dos negócios e o valor acrescentado bruto.

As metas estabelecidas pelo Governo de Cabo Verde quanto ao crescimento do país só serão atingíveis se se puder reforçar a competitividade da economia e construir vantagens competitivas. Para isso Cabo Verde depende de um sector privado forte. São as empresas que competem no mercado, não os governos.

Neste sentido, urge redobrar esforços para apoiar o desenvolvimento do sector privado cabo-verdiano, para a consecução dos objectivos nacionais.

O Governo diz ter consciência dos desafios que se colocam: dificuldade na obtenção de financiamento; constrangimentos ligados à política fiscal; falta de capacidade dentro do próprio sector; inexistência de uma entidade que congregue o apoio e a promoção do desenvolvimento do sector privado.

Decidiu, neste quadro, o Governo criar a Agência para o Desenvolvimento Empresarial e Inovação (ADEI), dotada de capacidade e autonomia, que trabalhará na promoção do sector privado nacional e da inovação, na identificação e eliminação dos constrangimentos ao desenvolvimento empresarial, no aproveitamento das oportunidades do mercado, visando fundamentalmente a constituição de um sector privado forte e competitivo.

Assim, nos termos do n.º 1 do artigo 6.º da Lei n.º 96/V/99, de 22 de Março; e no uso da faculdade conferida pelo n.º 2 do artigo 260º da Constituição, o Governo aprova a criação da Agência de Desenvolvimento Empresarial e Inovação, abreviadamente ADEI, pessoa colectiva de direito público, dotada de autonomia administrativa, financeira e patrimonial.

3.1 Objectivos e finalidades da ADEI

A ADEI tem por objecto a promoção da competitividade e o desenvolvimento das micro, pequenas e médias empresas, em todos os aspectos relevantes e em consonância com as políticas do Governo, trabalhando em estreita ligação com os parceiros nacionais e internacionais ligados ao sector.

É também finalidade da ADEI a promoção da inovação e o desenvolvimento da capacidade empresarial nacional e a melhor utilização da capacidade produtiva instalada no quadro da política de desenvolvimento dos sectores da indústria, comércio, agricultura, turismo e serviços, definida pelo Governo, visando particularmente a melhoria do ambiente de negócios.

Em ordem à realização do seu objectivo, cabe à ADEI, nomeadamente:

- a) Assistir os promotores e empresas na elaboração, avaliação e ou reformulação dos estudos e projectos;
- b) Prestar assistência técnica às micro, pequenas e médias empresas, auxiliando-as a superar as suas deficiências e problemas de ordem técnica, de gestão financeira e comercial ou de organização, bem como a melhorar a sua produtividade e a capacidade competitiva nos mercados internos e externos;
- c) Recolher e divulgar ideias de projectos potencialmente viáveis;
- d) Gerir programas próprios e colaborar na gestão de programas específicos de apoio e assistência ao sector empresarial de que venha a ser encarregado pelo Governo e assegurar o cumprimento da lei e os compromissos assumidos para com o Estado;

- e) Assistir os promotores na organização e lançamento de novas empresas, nomeadamente empresas que desenvolvam actividades com base no conhecimento e nas novas tecnologias de informação e comunicação (TIC);
- f) Fomentar e apoiar a inovação;
- g) Promover a criação de redes de empresas, incentivando o estabelecimento de alianças estratégicas;
- h) Dinamizar os contactos de promotores e empresas nacionais com parceiros técnicos ou financeiros e prestar assistência técnica especializada nas negociações respectivas;
- i) Desenvolver um serviço de informação e vulgarização empresarial, através da recolha sistemática, tratamento e divulgação de informações relevantes;
- j) Promover e organizar cursos e seminários sobre temas ligados às pequenas e médias empresas;
- k) Promover a formação de formadores e consultores nacionais para as pequenas e médias empresas;
- l) Promover e fomentar acções visando a criação ou melhoria de infra-estruturas e serviços de apoio à actividade empresarial; e
- m) Colaborar no estudo e definição de políticas e medidas visando a criação de um ambiente geral favorável ao investimento e à actividade empresarial. (Decreto-Regulamentar nº 10/2009 – Publicado no BO, 15 de Junho de 2009, Segunda-feira, I Série-).

3.1.1 Momentos do empreendedor

O Momento do Empreendedor é um dos projectos de apoio ao empreendedorismo jovem da ADEI e tem por objectivo a capacitação dos jovens universitários em criação e gestão do negócio próprio, através de mini cursos, formações e casos de sucesso. Visa sobretudo a consolidação de conhecimentos chave de gestão, para que ao deixarem o ambiente universitário, os jovens estejam preparados com um referencial teórico e prático orientado para a construção do projecto de negócio e na motivação para o auto emprego.

3.1.2 Oficina do empreendedor da ADEI

A oficina do empreendedor tem o objectivo de promover acções integradas de fomento ao empreendedorismo, capacitação, crédito e acompanhamento empresarial com foco na competitividade e desenvolvimento sustentável dos micros e pequenos negócios.

A oficina pretende demonstrar as vantagens da formalização e da busca de informação para o desenvolvimento sustentável do negócio, como modo de combater a elevada taxa de informalidade existente no país, reforçando a cultura empreendedora.

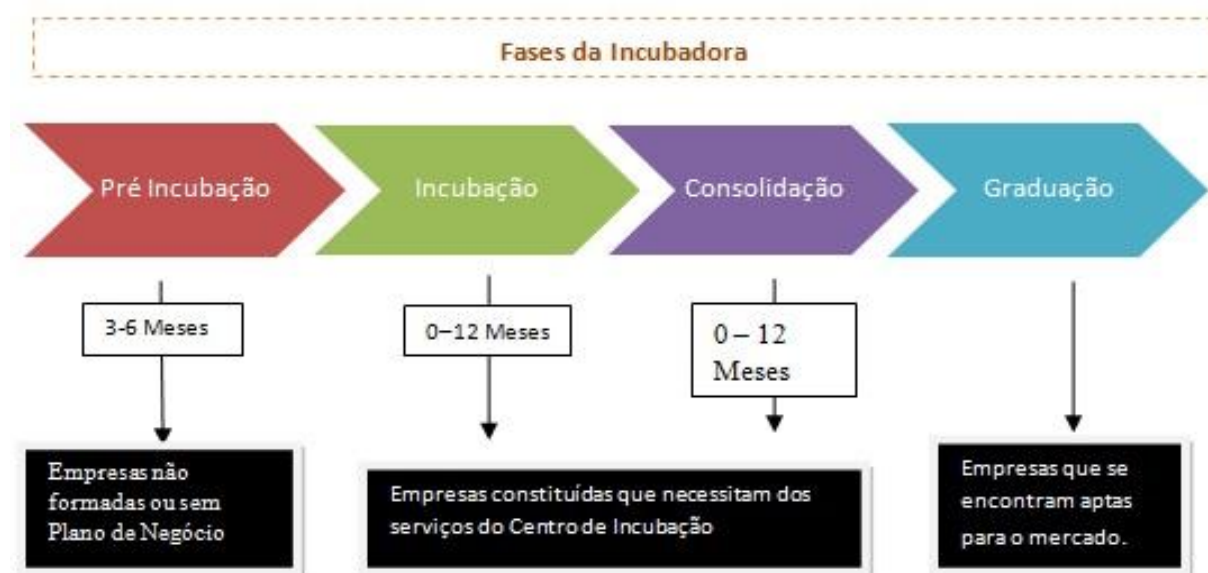
3.1.3 Incubadoras de empresas

A maturação de uma empresa constitui uma das fases mais desafiadoras mas também encerra os maiores constrangimentos. O Programa Incubadora de Empresas da ADEI surge para apoiar na afirmação das micro, pequenas e médias empresas ao criar um ambiente que estimule, numa lógica de mercado, o desenvolvimento de uma iniciativa empreendedora. As incubadoras de empresas da ADEI têm por missão:

- Acompanhar e apoiar o processo de incubação de empresas em todo o território nacional;
- Proporcionar a formação do pessoal empreendedor em competências organizacionais necessárias ao bom andamento da jovem empresa
- Acompanhar o processo de consolidação das empresas incubadas.

Por regra as incubadoras promovidas pela ADEI contemplam 4 fases: Pré Incubação, Incubação, Consolidação e Graduação.

Figura 1: Fases de incubadora de empresas da ADEI



Fonte: www.adei.cv – Acesso em Abril de 2012

3.2 O ambiente de Negócio em Cabo Verde

Para que a economia de Cabo Verde continue avançando a passos largos, é fundamental que haja um ambiente ainda mais favorável e atractivo para as empresas. Neste particular, as políticas públicas orientadas para a modernização da administração pública devem prosseguir para que as empresas dêem um contributo substantivo ao sucesso da política de desenvolvimento económico e social do país. Aspectos como a qualidade e eficácia da justiça também devem ser consolidados de modo que a segurança jurídica para as pessoas particulares e as empresas seja uma realidade. Todas as outras condições favoráveis que podem ser tanto de natureza Política, Jurídica, bem como Económico, Social e Cultural representam um papel essencial para o crescimento económico e competitividade de Cabo Verde.

Agência Cabo-verdiana de Promoção de Investimentos - Cabo Verde Investimentos, disponibiliza um guia para investidores nacionais e estrangeiros, que fornece informação sobre os requisitos, a legislação, os incentivos e o sistema fiscal cabo-verdiano (Lei nº 89/IV/93 de 13 de Dezembro).

O referido guia para investidores apresenta algumas razões para se investir em cabo verde:

Estabilidade política e económica (Sistema político parlamentar com eleições livres, ausência de conflitos políticos, étnicos ou religiosos, indicadores económicos e sociais estáveis).

Situação geográfica privilegiada (equidistante do norte da América e do sul de África, a meio caminho entre América do Sul e Europa Central, servido por carreiras marítimas e aéreas regulares).

Mão - de – Obra (disponibilidade elevada, Facilmente treinável, nível de produtividade elevado).

Certamente, estas condições representam de capital importância para atracção de investimentos nacionais quer investimentos estrangeiro. Mas é preciso fazer mais, criar condições práticas que proporcione o sector privado, sobretudo as empresas nacionais, uma maior possibilidade de competirem com as empresas estrangeiras em pé de igualdade. A abertura da economia do país ao mercado internacional deve assegurar sempre a competitividade das empresas nacionais.

O referido guia apresenta ainda alguns incentivos de acordo com a natureza da empresa:

3.3 Incentivos aos investimentos em Cabo Verde

Investimento Externo

Incentivos Fiscais:

- * Isenção de tributação aos dividendos e lucros distribuídos durante um período de 5 anos, e/ou sempre que reinvestidos;
- * Isenção de tributação às amortizações e juros correspondentes às operações financeiras que constituem Investimentos externo;
- * Estabilização do Regime fiscal. (IUR de 10% após o 6º ano de actividade, sem prejuízo de eventuais condições bilaterais mais favoráveis contidas em acordos firmados entre o Estado de Cabo Verde e o Estado de nacionalidade do investidor (Lei nº 89/ IV/93, de 13 de Dezembro).

Empresas Francas (Regime Especial)

Incentivos Fiscais

- * Isenção total de quaisquer impostos ou outras imposições sobre os rendimentos nos primeiros 10 anos de actividade.
- * Após o período de isenção previsto nos números anteriores, a taxa dos impostos sobre os lucros da empresa ou dos dividendos distribuídos, não poderá exceder 15% dos lucros.
- * A empresa franca goza, ainda, de isenção total de impostos e outras imposições fiscais indirectos nomeadamente o imposto de selo.

Incentivos Aduaneiros

- * Isenção de direitos aduaneiros e imposto de consumo aplicáveis às importações de equipamentos, materiais de construção, combustíveis e lubrificantes a aplicar na produção;
- * Regime especial na importação de matérias-primas e outros;
- * Exportação isenta de direitos. (Lei nº 99/IV/93, de 31 de Dezembro)

Empresas Exportadoras de Regime Comum

Incentivos Fiscais

- * Redução de impostos sobre rendimentos nos primeiros 5 anos.

Incentivos Aduaneiros

- * Isenção de impostos sobre matérias-primas, produtos acabados e semiacabados, para utilização na produção de bens e serviços para exportação.
- * Importação livre de direito, imposto de consumo e emolumentos para bens e materiais incorporados no fabrico de produtos destinados à exportação;
- * Livre exportação de produtos. (Decreto-Lei nº 92/IV/93, de 15 de Dezembro)

O referido guia apresenta ainda alguns incentivos de acordo com o sector específico:

Industria

- * Isenção de direitos, imposto de consumo e emolumentos gerais aduaneiros na importação dos bens equipamentos e materiais listados;
- * Isenção de pagamento de IUR sobre rendimentos gerados por cada novo estabelecimento industrial averbado durante um período de 3 anos;
- * Livre exportação de produtos;
- * Dedução de impostos sobre lucros reinvestidos.

(Decreto-Lei nº 108/89, de 30 de Dezembro)

Turismo

- * Isenção de direitos aduaneiros na importação de materiais destinados à construção e exploração de hotéis, resort, marina, campo de Golf, assim como outras actividades ligadas ao turismo;
- * Isenção do IUR: 100% nos primeiros 5 anos de actividade e 50% durante os 10 anos seguintes;
- * Dedução de impostos sobre os lucros reinvestidos em actividades similares;
- * Dedução na matéria colectável de despesas com a formação de trabalhadores nacionais;
- * Livre exportação de produtos.

(Lei nº 42/IV/92, de 6 de Abril).

3.4 Criação de Sociedades comerciais e o processo de constituição de empresas em Cabo Verde

Em Cabo Verde existem os seguintes tipos de sociedades comerciais:

- a) Sociedades em nome colectivo;
- b) Sociedades por quotas;
- c) Sociedade anónima;
- d) Sociedades em comandita simples ou por acções;
- e) Sociedade cooperativa.

Os tipos de Sociedades mais comuns são as Sociedades por quotas e as Sociedades anónimas.

Para constituir uma empresa em Cabo Verde, o investidor deverá:

- 1) Obter um certificado de admissibilidade da firma, atestando que não existe outra empresa com o mesmo nome;
- 2) Requerer ao Conservador o registo do contrato de sociedade acompanhado dos estatutos redigidos pelos Sócios;
- 3) Anexar o talão de depósito bancário confirmando o depósito em dinheiro correspondente ao capital realizado;
- 4) Mandar publicar o pacto constitutivo ou os estatutos da sociedade no Boletim Oficial de Cabo Verde, após o registo na Conservatória;
- 5) Obter o Número Identificação Fiscal (NIF) na direcção Geral das contribuições e impostos (DGCI);
- 6) Efectuar o registo junto à Direcção do Comércio para efeitos de exercício de actividade comercial.

Em alternativa o promotor poderá dirigir-se à Casa do Cidadão onde poderá criar uma Sociedade Comercial em uma hora.

3.5 Sistema fiscal Cabo-verdiano

Imposto Único sobre os Rendimentos (IUR)

O IUR incide sobre o valor global anual (ano civil) das várias fontes de rendimento, destacando-se:

- (i) rendimentos prediais;
- (ii) rendimentos comerciais e industriais;
- (iii) prestações de serviços;
- (iv) rendimentos agrícolas e de pesca;
- (vi) rendimentos de aplicação de capitais, incluindo os resultantes de jogos e lotarias;
- (vii) rendimentos de trabalho dependente e independente.

A taxa do IUR para os contribuintes do método de verificação é de 25%.

A taxa do IUR pelo método de estimativa é de 15%. (lei nº 1/96, de 15 de Janeiro de 2002).

São tributados por taxa liberatória os seguintes rendimentos e pelas seguintes taxas:

- a) Juros de depósito a prazo, aplicável a todos os depositantes, com excepção dos depósitos de emigrantes: 20%;
- b) Os restantes rendimentos de aplicação de capitais, nomeadamente dividendos, participações em lucros de sociedades, antecipação de lucros e mais-valias: 15%;
- c) Rendimentos auferidos por não residentes, mesmo que não tenham estabelecimentos estáveis, a incidirem sobre o valor de facturação: 20%;
- d) Rendimentos provenientes de ganhos de jogos, lotarias e apostas mútuas 15%.

Tabela 1: Taxa liberatória do IUR em Cabo Verde

Remunerações anuais	Valor	Taxa
Igual ou Inferior a	200.000\$00	0%
Até	385.000\$00	11,67%
Até	810.000\$00	15,56%
Até	1.620.000\$00	21,39%
Até	2.430.000\$00	27,22%
Superior a	2.430.000\$00	35%

Fonte: (lei nº 1/96, de 15 de Janeiro de 2002).

Imposto Único Sobre o Património (IUP)

Taxa de 2% sobre actos sujeitos a escritura pública e sobre o valor patrimonial dos prédios.

Imposto de Selo

A taxa do imposto de selo de recibo devido nas vendas ou transacções e prestações de serviço estão descritos na tabela a seguir, sendo as tas correspondentes as suas respectivas incidências ou objecto. Em algumas operações são definidos valores monetários fixos, em escudo cabo-verdiano (B.O. Nº 45 - I Série, de 8 de Dezembro de 2008)

Tabela 2: Taxa de imposto de selo em Cabo Verde

Verba	Incidência	Taxa
1	Operações de crédito	0,5%
2	Juros, prémios, ou contraprestações de serviços financeiros	5%
3	Garantias	0,5%
4	Seguros	3,5%
5	Letras, livranças, títulos de crédito, ordens de pagamento	0,5%
6	Operações societárias	0,5%
7	Transmissão de imóveis	1%
8	Trespasse e transmissão de licenças	5%
9	Arrendamento	10%
10	Locação financeira de imóveis	1%
11	Actos notariais, do registo e processuais	15%
12	Actos Administrativos	1.000,00
13	Escritos de contrato	1.000,00

Fonte: (B.O. Nº 45 - I Série, de 8 de Dezembro de 2008)

Encargos com Segurança Social (Obrigatória a retenção na fonte)

* Encargos da empresa - 15%

* Encargos do funcionário - 8%

De Grosso modo podemos afirmar que o sistema fiscal Cabo-Verdiano tem vindo a sofrer algumas adaptações de melhorias de uma forma paulatina, com o intuito de promover o desenvolvimento de um empresariado activo, dinâmico, competitivo, tendo na iniciativa privada o seu principal eixo propulsor.

Paralelamente as reformas fiscais, reformas importantes foram levadas a cabo, destacando-se a modernização de alguns processos administrativos e burocráticos (projectos Casa do Cidadão, empresa na Hora, entre outros). Reformas importantes a nível do aparelho institucional público também são evidentes, como é o caso do projecto de modernização e reforma do Estado, não esquecendo também das infra-estruturas em que investimentos avultados sobretudo em portos, aeroportos e estrada. Apesar de todos estes ganhos, em termos de competitividade, Cabo Verde não tem alcançado resultados satisfatórios. O relatório do Doing Business do Banco Mundial (2011) coloca o país na 132ª posição (num universo de 183 países avaliados), tendo destacado a fraca performance nos itens encerramento de empresas (183ª posição), contratação de trabalhadores (167ª),

acesso ao crédito (152^a), protecção de investidores (132^a), Iniciando o Negócio (120^a), entre outros. Reforçando esta percepção, Cabo Verde aparece na 117^a posição (num total de 139 países), segundo o Relatório de Competitividade Global 2010/2011 do World Economic Forum.

Daí, faz-nos questionar:

Quais as razões por detrás desses resultados?

Infelizmente não existe no país nenhum estudo que nos possa dar uma resposta. No entanto alguns arriscam apontando como principais factores limitativos do crescimento económico em Cabo Verde: (i) o ambiente de negócios ainda pouco flexível e não ajustado às dinâmicas exigidas pelo sector privado; (ii) acesso ao financiamento, especialmente por parte das PME's; (iii) a inadequação – do ponto de vista quantitativo e qualitativo – do capital humano, para permitir um sector empresarial inovador e competitivo; (iv) o custo elevado de factores de produção, especialmente telecomunicações, energia, água e outros; (v) a natureza arquipelágica do país, agravada pelo deficiente sistema de transporte inter-ilhas; e (vi) ambiente pouco propício para a inovação como factor de competitividade e crescimento económico.

Outros acreditam que será igualmente necessário abordar a questão noutra vertente, na dimensão da pessoa, do indivíduo empreendedor.

Obviamente, todos os esforços que o país alega estar a fazer na promoção do empreendedorismo só se justifica se é acompanhada de condições práticas que proporcione aos nossos empresário a possibilidade real de deles tirarem proveito, e estas condições práticas, que são de naturezas diversas é que pressupõe a continuidade dos esforços. Porque de nada serve todos os ganhos conseguidos, se os mesmos não estão a surtir benefícios práticos em favor do fomento do empreendedorismo, sobretudo jovem, no nosso país. Daí que torna-se necessário diagnosticar as reais necessidades dos nossos empresários para que os ajustes possam ser feitos la onde se justificar. É preciso perceber se as políticas de incentivos têm ido de encontro com as reais necessidades dos jovens empresários, ou se são estes quem não têm aproveitado, por razões diversas, estas mesmas condições. É nestes moldes que o presente trabalho pretende dar uma modesta contribuição.

4. Metodologia da pesquisa

4.1 Enfoque da pesquisa

O enfoque desta pesquisa é qualitativo. O enfoque qualitativo é indicado quando o pesquisador busca explorar com profundidade um fenómeno social complexo. A pesquisa qualitativa trabalha com dados descritivos, obtidos pelo contacto directo do pesquisador, que interage com a situação ou objecto de estudo (SAMPIERI, 2006; NEVES, 1996).

Sampieri (2006) apresenta as principais características da pesquisa de enfoque qualitativo:

- Tem por finalidade a dispersão ou expansão das informações relativas ao fenómeno estudado;
- Não intenção de medir numericamente os fenómenos investigados;
- As hipóteses decorrem do processo da pesquisa e podem ser desenvolvidos durante ou após a recolha de dados e a análise;
- Propõe o envolvimento directo com os indivíduos pesquisados e suas experiências pessoais;
- Preocupa-se em captar as experiências na linguagem dos próprios indivíduos.

4.2 Tipo de estudo

Trata-se de um estudo exploratório. De acordo com Babbie (2001), o estudo exploratório é caracterizado por buscar uma aproximação de um fenómeno que é pouco conhecido. O estudo exploratório serve como um ponto de partida para estudos mais minuciosos do fenómeno e elaboração de hipóteses de forma mais acurada (SAMPIERI, 2006). Entretanto, isto acontece quando na revisão da literatura foram encontrados poucos estudos que abordassem esse tema, problema ou objecto de pesquisa em questão. De acordo com Marconi e Lakatos (2006, p. 85), os estudos exploratórios são investigações de pesquisa empírica cujo objectivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com o ambiente, facto ou fenómeno para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e esclarecer conceitos.

Esta escolha deveu-se ao facto da temática ser muito recente em Cabo Verde, pois não existir nenhum estudo aprofundado sobre esta temática. Espera-se com este trabalho abrir caminho ou servir de estímulo para estudos mais minuciosos.

4.3 Definição da amostra

Há duas grandes divisões na determinação da amostra da pesquisa: os métodos probabilísticos ou de amostragem aleatória e os métodos não probabilísticos ou de amostragem não aleatória.

A amostra da pesquisa é caracterizada como amostra por conveniência, por seleccionar os elementos da população de acordo com os critérios de acessibilidade e de disponibilidade. Trata-se de uma amostra não probabilística, em que não foi possível estimar a probabilidade de um elemento da população ser incluído na amostra. A amostra não probabilística é aceite em estudos exploratórios, não sendo possível a generalização dos resultados (SELLITZ, 1975).

Segundo Marconi & Lakatos (2006, p. 52) utiliza-se este tipo de amostragem quando o pesquisador está interessado na opinião de determinados elementos da população, mas não representativos dela.

Optou-se por seleccionar 10 empresas jovens, na pessoa de seu fundador, consideradas como sendo “caso de sucesso” na cidade da praia. Esta escolha deveu-se ao critério de acessibilidade e de disponibilidade. Como sabemos, estas empresas operam no mercado e são fáceis de identificar. As empresas que não conseguiram trilhar o sucesso estando fora de mercado seria muito difícil de identificar, visto que não existem informações oficiais sobre o encerramento das empresas em cabo verde, nem as razões por detrás desses encerramentos.

Julgou-se com este trabalho que ao seleccionar as empresas consideradas “caso de sucesso”, representa uma mais-valia na medida em que estas, com as suas experiências positivas, podem servir de estímulo para as outras que não conseguiram trilhar o sucesso. Tomando o exemplo destas empresas de como elas ultrapassaram os desafios, suas opiniões do que precisa ser melhorado, suas reais necessidades, é algo de muito relevante. Na verdade não existe fracassos, existem somente resultados não esperados que indicam o que precisa ser modificado (Dolabela, 2006).

Para a escolha dos entrevistados, foram estabelecidos os seguintes critérios:

- Ter participação no processo de constituição da empresa: a participação no processo de constituição da empresa revela que o jovem empresário fez parte na formação da sua empresa e a opção pelo negócio próprio foi uma iniciativa do jovem. Foram excluídos desta pesquisa os casos em que os filhos herdaram a empresa dos pais.
- Ter constituído formalmente a empresa: Ficam excluídos do objecto desta pesquisa os jovens empreendedores com negócios informais. Existem um grande número de jovens empreendedores no nosso país com negócios informais, mas o estudo sobre estas pessoas requer a abordagem de assuntos relacionados à informalidade empresarial, o que não constitui objecto desta pesquisa.

- Ter a empresa com mais de 42 meses de existência: Esse é o prazo estabelecido pelo GEM para definir os empreendedores estabelecidos. Nesta fase eles já superaram os desafios de riscos iniciais e o negócio apresenta relativa estabilidade. Pretende-se também entrevistar algumas empresas em fase de integração no mercado, para fazer uma pequena comparação.

4.4 Método de recolha de dados

Os dados foram colectados através de pesquisa bibliográfica e da realização de entrevistas. A pesquisa bibliográfica envolveu a consulta de livros, artigos, monografias, dissertações, teses, enfim, todo material publicado que esteve à disposição. Na abordagem nacional fez-se um levantamento de trabalhos, artigos, estudos preliminares, legislação e programas de governo, enfim, tudo que possa fornecer pistas relevantes.

O levantamento bibliográfico foi realizado para a elaboração do referencial teórico, onde foram apresentados os conceitos que serviram como base para a interpretação dos resultados do estudo.

A pesquisa de campo consistiu em recolher os dados junto aos jovens empresários no seu ambiente empresarial, isto é, nas suas empresas. Esta modalidade de pesquisa é caracterizada por buscar a informação directamente junto à população pesquisada, recolhendo os dados da forma como o pesquisador os percebem (LAKATOS, 1991; SANTOS, 1999). A pesquisa de campo foi realizada por meio de entrevista semiestruturadas.

A entrevista é um processo interactivo entre o entrevistador e o entrevistado, que tem por objectivo obter informações sobre o fenómeno estudado “nos termos, na linguagem e na perspectiva de entrevistado” (SAMPIERI, 2006). Na entrevista é possível a obtenção de informações de natureza subjectiva, tais como percepção, sentimentos e motivações. Na entrevista a principal fonte de informação é a descrição verbal do entrevistado.

Quanto às vantagens de utilização da entrevista, Selltiz (1975) argumenta que numa entrevista como o entrevistador e a pessoa entrevistada estão presentes no momento em que as perguntas são apresentadas e respondidas existe oportunidade para maior flexibilidade para a obtenção de informações, além disso, o entrevistador tem a oportunidade para observar a pessoa e a situação total a que responde.

Optou-se pela utilização de entrevistas semiestruturadas que corresponde à modalidade em que o pesquisador utiliza um roteiro preparado previamente. Sampieri acrescenta ainda que o roteiro serve para estabelecer uma direcção, mas não é rígido. O pesquisador possui a liberdade de modificar e

incluir perguntas, conforme o desenvolvimento da entrevista, podendo ainda combinar perguntas fechadas e abertas, dando ao entrevistado a possibilidade de discorrer sobre o assunto pesquisado.

A entrevista aborda história de vida do entrevistado. Nessa proposta, o entrevistado é convidado a narrar, de uma forma sequencial, suas experiências. Isso possibilita o contacto com os significados, os sentimentos e as emoções do indivíduo, conforme o relato de suas experiências, por esse método também é possível conhecer as motivações e consequências dessas experiências, sob o ponto de vista do entrevistado (SAMPIERI, 2006).

O roteiro da pesquisa foi composto de questões para a identificação do perfil dos entrevistados (género, estado civil, idade, escolaridade) e da sua empresa. Também foram abordadas questões que convida o entrevistado a narrar a sua história de vida profissional através de questões abertas elaboradas com base nos objectivos da pesquisa.

Na entrevista procurou-se perceber a visão empreendedora dos nossos jovens empresários e as dimensões do empreendedorismo das suas empresas, destacando as variáveis como: propensão ao risco, organização das suas empresas, dinamismo, inovação, dentre outros.

A recolha de dado também contemplou entrevistas semiestruturadas junto as principais entidades que trabalham com o sector, nomeadamente a ADEI e a AJEC. Nesta fase, estas mesmas entidades foram confrontadas com opiniões ou posições do público-alvo do primeiro momento, isto é, as dos jovens empresários.

4.5 Método de análise dos resultados

A análise qualitativa dos dados tem o objectivo de compreender, com profundidade; o significado das informações obtidas, com o máximo de cuidado para não perder informações importantes o descartar dados valiosos (SAMPIERI ET AL, 2006).

Na entrevista feita foram anotadas cuidadosamente todas as considerações elencadas pelos entrevistados.

As entrevistas foram analisadas por meio do método de análise de conteúdo, que consiste no conjunto de técnicas variadas, que utiliza procedimentos sistemáticos e realiza a descrição de conteúdo da mensagem, para obter indicadores (quantitativos ou não) que possibilitem a inferência de conhecimentos relativos à origem das mensagens analisadas (BARDIN, 1977).

O quadro abaixo apresenta uma visão global da pesquisa, mostrando um esquema que relaciona o objectivo da pesquisa, tipo e enfoque do estudo, métodos aplicados na recolha de dados e o método de análise dos resultados.

Quadro 3: Esquema simplificado da metodologia da pesquisa

Objectivo	Tipo de pesquisa	Métodos de recolha de dados	Método de análise dos resultados
Investigar os principais entraves ao empreendedorismo jovem na cidade de Praia	Estudo exploratório de enfoque qualitativo	- Revisão da literatura - Entrevistas Semiestruturadas	Análise de conteúdo

Fonte: Adaptado de Telles apud Leite, 2008.

5. Descrição e análise dos resultados

Neste capítulo estão apresentados os resultados das entrevistas realizadas nesta pesquisa. O primeiro passo foi a caracterização do entrevistado, da empresa e da actual actividade do entrevistado. Esses dados mostram o perfil dos entrevistados, apresentando as seguintes informações: a idade, o estado civil, nível de escolaridade, e a carga horária no trabalho. Também apresenta informações sobre as empresas tais como: ramo de actividade, tempo da criação da empresa, números de empregados e existência de sócios. O passo seguinte, com um conjunto de questões abertas, apresenta resumidamente a trajectória de vida de cada entrevistado. Importa salientar que os nomes dos entrevistados, como podem constatar nos quadros, foram substituídos por uma identificação numérica, seguindo a sequência de realização das entrevistas, com a intenção de preservar as identidades deles.

5.1 Características dos entrevistados e das suas empresas

A primeira parte da entrevista encerrava questões de caracterização do entrevistado e da sua empresa, por meio de perguntas direccionadas ou fechadas. Os quadros 4 e 5 abaixo apresentam informações sobre os entrevistados e suas respectivas empresas.

Quadro 4: Características dos entrevistados

Nome dos entrevistados	Idade	Carga horária de trabalho/dia	Função na empresa	Formação escolar
Entrevistado 1	27	10 Horas	Gerente	Licenciatura
Entrevistado 2	39	8 Horas	Gerente	Curso médio
Entrevistado 3	31	8 Horas	Gerente	Licenciatura
Entrevistada 4	37	8 Horas	Gerente	Formação prof.
Entrevistado 5	39	16 Horas	Gerente	Ensino básico
Entrevistado 6	22	8 Horas	Gerente	Licenciando
Entrevistado 7	33	10 Horas	Gerente	Licenciatura
Entrevistado 8	39	10 Horas	Gerente	Ensino básico
Entrevistado 9	38	8 Horas	Gerente	Ensino secund.
Entrevistado 10	29	16 Horas	Gerente	Licenciatura

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa.

A idade dos entrevistados varia 22 aos 39 anos, sendo a média de idade de 30 anos. Dentre os entrevistados se sobrepõe o género masculino, sendo 9 homens e 1 mulher. Em relação a formação escolar, 5 entrevistados (50%) possui a grau de licenciatura, 2 entrevistados fizeram o curso técnico, que conjuga o ensino médio e o ensino profissionalizante, 2 não completaram o ensino básico, e 1 completou apenas o ensino secundário. Dos entrevistados formados, todos revelam que o curso escolhido teve uma relação directa com a ideia da criação do negócio. Todos os entrevistados desempenham a função de gerente dos seus empreendimentos, sendo a carga horária média de trabalho diário de 10 horas.

Quadro 5: Características das empresas entrevistadas

Nome da empresa	Actividade	Existência se sócios	Data da criação	Nº empregados
Kebra Cabana	Bar/Restaurante	Não	Agosto de 2010	15
Academia Lindo	Academia	Não	Janeiro de 2000	20
InfoCom	Informática e telecomunicações	Sim	Novembro de 2006	10
Expo Café	Cafeteria/Bar	Não	Agosto de 2006	8
Elevator Company, Lda.	Fornecimento, montagem e manutenção de elevadores e painel solar.	Não	Janeiro de 2011	5
Golden	Informática, design e multimédia	Sim	Fevereiro de 2011	4
Inktoner, Lda.	Reciclagem de tinteiros e outros artigos informáticos	Não	Dezembro de 2007	10
Beramar Grill	Restauração/ Venda de equipamentos informáticos	Nao	Agosto de 2003	15
Foto Reporter	Laboratório e estudos fotográficos	Não	Março de 2002	20
O Cometa	Restaurante/Bar	Não	Maio de 2007	15

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa

No que tange ao sector de actividade, prevalece a Restauração ou serviços ligados a restauração, 4 entrevistados (40%) actuam neste sector, seguido de informática e serviços ligados a informática aonde 3 entrevistados (30%) actuam neste sector. A maioria dos entrevistados (80 %) não dispõe de sócios, apenas 2 entrevistado (20%) possuem sócios, sendo que nos dois casos todos os sócios participaram na criação da empresa. Relativamente ao tempo de duração da empresa, 7 empresas entrevistadas (70%) considera-se empresas estabelecidas, pois estas possuem mais de 42 meses de existência. Relembra-se de que 42 meses é o prazo estabelecido pelo GEM para definir os empreendedores estabelecidos. Nesta fase eles já superaram os desafios de riscos iniciais e o negócio apresenta relativa estabilidade. Apenas 3 empresas entrevistadas (30%) não estão dentro desta categoria. A média de funcionários ou colaboradores em cada empresa entrevistada é de 12 colaboradores.

5.2 Resumo de história de vida dos entrevistados

Neste ponto os entrevistados foram convidados a narrar de uma forma resumida as suas histórias de vida relacionado com a sua actividade empresarial. Como podemos constatar a seguir, todos os entrevistados se esforçaram em participar na criação da empresa, pois a participação no processo de constituição da empresa revela que o jovem empresário fez parte na formação da sua empresa e a opção pelo negócio próprio foi uma iniciativa do jovem.

Entrevistado 1

Desenvolveu o gosto pela actividade durante a sua formação no Brasil, aonde teve a oportunidade de conhecer e inteirar com alguns casos de sucesso no Brasil. Desde esta altura percebeu que o negócio apresentava uma grande Oportunidade em Cabo Verde. Ao regressar a Cabo Verde começou a estudar o mercado nacional tentando ver a localização privilegiada para implementar a seu negócio. Implementou o negócio na praia de “kebra canela”, e desde esta altura o negócio não parou de crescer.

Entrevistado 2

Gosto por Karaté desde a adolescência, aos 19 anos de idade já era um dos melhores Karaté de cabo verde. Professor de ensino básico aos 20 anos de idade (formado no instituto pedagógico de Cabo Verde), tendo exercido esta actividade durante 14 anos. Na prática do Karaté conquistou o cinturão negro 1º Dan em senegal aos 22 anos de idade, tendo aos 23 anos de idade criado a sua própria

escola de Karaté com uma facturação líquida mensal de 300.000 (trezentos mil escudos), isto na fase inicial.

Começando o negócio em um espaço arrendado, tendo financiado o seu negócio com a poupança do seu salário como professor do ensino básico.

Aos 23 anos de idade viajou para vários países, nomeadamente os EUA (Estados Unidos de América) para o aperfeiçoamento das suas técnicas de Karaté tendo conseguido por duas vezes ser campeão nos EUA em 1999 e 2002. Investiu fortemente na preparação de novos colaboradores. Recentemente criou uma empresa no sector da imobiliária, tendo vários outros negócios em vista para serem implementados brevemente.

Entrevistado 3

Juntamente com mais 3 sócios, todos com formação em informática, decidiram criar a própria empresa porque viram uma lacuna no mercado em vários tipos de soluções informáticas. Todos já trabalharam com algumas empresas na área de informática durante alguns anos, onde tiveram a oportunidade de ganhar mais experiência, conhecer mercado, e conquistar clientela.

Entrevistado 4

Cabo-verdiana de origem senegalesa, fez os estudos primários e secundário em Senegal, neste mesmo país fez uma formação profissional na área de restaurante e bar. Desde muito cedo tinha uma grande paixão pela área, trabalhou vários anos na área por conta de outrem e aos 25 anos de idade decidiu criar o seu próprio negócio. Começou em senegal aonde ganhou muita experiência, e depois percebeu a grande oportunidade do seu negócio em Cabo Verde, daí regressou e ariscou em mudar o seu negócio para Cabo Verde na convicção de que tudo iria dar certo, e deu mesmo tudo certo. Começou com um restaurante e depois resolveu enveredar para Cafetaria e Bar em um outro lugar (ASA), Desde então não mediu braços ao trabalho atendendo a tanta procura ao seu estabelecimento. Considera que a localização da sua empresa e qualidade dos seus serviços são os principais factores que ditaram o seu sucesso.

Entrevistado 5

Emigrante na França, trabalhou na área de montagem e manutenção de elevadores e painel solar durante toda a sua vida profissional. Entende também muito bem de electricidade de prédios.

Trabalhou numa grande empresa em França na área de elevador. Ainda em França trabalhou algum tempo por conta própria. Considera que viu em Cabo Verde grandes potencialidades para implementar a sua empresa, nomeadamente cidade em expansão, com muitas construções de prédios em Cabo Verde adviniente da escassez de terrenos. Relativamente ao ramo de energia solar considera que Cabo Verde apresenta condições climatéricas favoráveis para esta actividade, não obstante percebeu que existe uma grande deficiência da empresa Electra, em que o mesmo considera que apesar de deficiência no fornecimento de energia, os preços são exageradamente altos.

Entrevistado 6

A ideia surgiu ainda no primeiro ano do curso de comunicação e multimédia na UNICV entre 4 colegas amigos com idade média de 27 anos. Organizaram e estruturaram a ideia de negócios. Começaram com trabalhos voluntários e depois de mostrarem a qualidade dos seus trabalhos resolveram instituir a empresa. Desde então não tiveram braços a medir a tantos trabalhos. Todos actualmente com a rentabilidade do negócio estão a financiar os seus estudos e estão a investir cada vez mais em novas tecnologias, melhorando a qualidade dos seus serviços.

Entrevistado 7

Desde a sua vida académica já tinha um grande interesse pela área. Após a sua formação, trabalhou em algumas empresas informáticas durante 3 anos. Considera que a sua formação não teve nada a ver com a sua ideia de negócio. Em Portugal conheceu uma empresa na área de reciclagem que estimulou o seu interesse. Desde então percebeu que havia uma grande oportunidade no sector em Cabo Verde, logo o mesmo investiu fortemente na formação na área de reciclagem de artigos informáticos, regressou a Cabo Verde, analisou o mercado e implementou o seu negócio.

Entrevistado 8

Desde criança tinha uma grande paixão pelo negócio, vendendo Drops no tabuleiro. Abandonou a escola muito cedo para se dedicar ao negócio. Oriundo da ilha do fogo, trabalhou em algumas casas comerciais da capital durante alguns anos, depois optou por ser taxista por conta própria tendo adquirido a seu táxi com as poupanças feitas durante vários anos. Foi como taxista que ao transportar vários vezes grupos de turistas que percebeu a oportunidade de negócio, visto que na altura muitos turistas solicitavam por restaurante que oferecesse com exclusividade o peixe gralhado. Mudou de actividade e desde esta altura viu o seu negócio sempre a crescer.

Entrevistado 9

Começou a trabalhar em Fotoqiq, uma empresa de fotografias na altura, aonde desempenhou as funções de ajudante durante 8 anos. Trabalhou com Betinho Melo e Jorge Lima que na altura eram consideradas dos melhores fotógrafos em Cabo Verde. Depois a empresa aonde trabalhava fechou as portas por razões familiares e outras, e o jovem viu-se obrigado a estar no desemprego.

Com o apoio do consulado de Portugal em Cabo Verde conseguiu um financiamento para frequentar um curso de fotojornalismo em Portugal, a partir daí que foi aperfeiçoando os seus conhecimentos e começou a desenvolver a ideia de criar o seu próprio negócio na área. Ao regressar da formação em Portugal, atendendo a dificuldade de financiar o seu negócio, emigrou pra os EUA aonde o mesmo tem muitos familiares, trabalhou neste país durante alguns anos a fim de adquirir algum capital para financiar o seu negócio. Nunca mais desistiu do seu sonho até que o mesmo tornou-se uma realidade.

Entrevistado 10

Nascido de uma família de empresários, este jovem sempre teve o desejo de ter o seu próprio negócio. Desde muito cedo colaborava com o pai no seu negócio e com os irmãos que também são empresários. Considera que embora ter nascido e criado no ambiente empresarial, a ideia de criar o negócio próprio foi pessoal, embora admite alguma influência, claro. O jovem considera que a sua opção em formar em gestão de empresas deveu-se ao sonho desde criança de ser empresário, e também admite que constatava algumas fragilidades no negócio do pai em termos de competência de gestão. Constituiu o seu negócio com o esforço que diz ser pessoal, visto que considera-se um inconformista, um empreendedor.

5.3 Motivações dos entrevistados para se tornarem empreendedores

Dentre as motivações, prevalece a formação e a experiência profissional, pois a maioria dos entrevistados revelam de que a formação ou suas experiências profissionais tiveram um papel decisivo e uma relação directa com a ideia da criação do negócio próprio. A maioria dos entrevistados optou pelo negócio porque viram uma oportunidade no mercado. Segundo GEM o empreendedorismo por oportunidade é aquele que se lança ao negócio próprio por perceber um nicho de mercado em potencial. A busca de uma oportunidade pode ser motivada pela busca de independência, de aumento da renda pessoal ou pela realização de um sonho. Como já vimos, o empreendedor deve estar atento às oportunidades à sua volta. Ele possui um alto nível de consciência do ambiente em que vive (FILION, 1999). De acordo com Birley e Musyka (1997), a chave para o empreendedorismo é “a capacidade de identificar, explorar e capturar o valor das oportunidades”.

Por ser um indivíduo curioso e atento aos acontecimentos à sua volta, o empreendedor tem mais facilidades em saber quando uma ideia ou uma situação tem potencial para se transformar em um bom negócio (DORNELAS, 2005).

A paixão por aquilo que faz é outra característica que se destaca dentre as motivações dos entrevistados. Pois, o empreendedor deve ser apaixonado pelo que faz. Ele tem um profundo envolvimento e comprometimento com o seu trabalho. O entusiasmo está sempre presente em suas acções. Ele gosta de suas actividades, sente prazer em trabalhar e satisfação em fazer as coisas (DORNELAS, 2005; MOELLER, 2002).

Não menos importante, uma outra motivação identificada nos entrevistados é as experiências de outros empresários de sucesso. Como já vimos anteriormente, De acordo com Hisrich e Peters (2002), o facto de que os empreendedores estão sendo mais divulgados, estimulam mais pessoas a iniciarem o negócio próprio. Na visão de Fillion (2002), em condições de igualdade nos demais aspectos, quanto mais empreendedores uma sociedade tiver e quanto mais esses empreendedores se destacarem, maior será o número de jovens que se lançarão ao empreendedorismo, escolhendo-o como opção de carreira.

Quadro 6: As motivações dos entrevistados para se tornarem empreendedores

Entrevistados	Motivações
Entrevistado 1	Formação, experiência de outros empresários, oportunidade de negócio, possibilidade de auto-emprego, espírito empreendedor.
Entrevistado 2	Gosta de ser o melhor naquilo que faz, gosta de desafios, não se conforma trabalhando para os outros; oportunidades no mercado.
Entrevistado 3	Formação académica, gosto por aquilo que faz, lacuna no mercado
Entrevistado 4	Experiência na área, gosto por aquilo que faz, oportunidade de negócio, possibilidade de auto-emprego.
Entrevistado 5	Experiência profissional, gosta de desafios, gosta de assumir riscos calculados, oportunidade no mercado
Entrevistado 6	Formação académica, oportunidade no mercado, opção de auto-emprego.
Entrevistado 7	Experiência de outros empresários, oportunidade no mercado; sensibilidade ambiental.
Entrevistado 8	Gosto pelo negócio, opção de auto-emprego
Entrevistado 9	Experiência profissional, espírito empreendedor, experiência de outros empresários.
Entrevistado 10	Experiência familiar, gosto pelo negócio, inconformismo, gosta de desafios

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa

5.4 Visão dos entrevistados sobre seus negócios

Como podemos constatar, a localização das empresas entrevistadas e a consequente alta procura pelos serviços apresenta, segundo as opiniões dos entrevistados, como principais oportunidades actuais dos seus negócios, seguido das novas TICs. A formação, a inovação e a dedicação prevalece dentre os principais ponto forte dos entrevistados. Podemos então perceber de facto que o sistema educacional é um factor que influencia a actividade empreendedora, tanto no sentido de capacitar as pessoas para essa actividade, quanto no sentido de despertar nas pessoas o estímulo ao empreendedorismo. Como já vimos, a GEM defende que países que incluem a preparação para o empreendedorismo nos objectivos do currículo educacional apresentam maior nível de actividade empreendedora por oportunidade (GEM, 2008). Quanto a inovação, vários autores defendem que o empreendedor está disposto em procurar em fazer as coisas da melhor maneira possível. As novidades surgem de suas ideias criativas e das tentativas de melhorar as coisas que realizam (FILION, 1999; DEGEN, 2009). Quanto a dedicação, ficou comprovado nos entrevistados aquilo que defendem muitos autores de que os empreendedores se dedicam aos seus projectos e não economizam esforços para que esses se realizem. Trabalham o tempo que for necessário, fazendo tudo o que for necessário para a implementação de suas ideias (HISRIC; PETERS, 2002; DEGEN, 2009).

Como ponto a melhorar se destaca as competências de Gestão, pois a maioria dos entrevistados (60%) declaram esta fraqueza, seguidamente vem a fraca formação dos colaboradores. Os entrevistados alegam que colaboradores com alguma formação têm optado mais em procurar empregos em média e grandes empresas.

Quanto ao futuro de seus negócios, 80% dos entrevistados pretendem continuar no seu ramo de actividade, com perspectiva de expandir o negócio para outros pontos, e em alguns casos diversificar o negócio, sendo que 20 % pretendem mudar de ramo de negócio, estes actuam no sector da restauração e alegam que o sector já apresenta sinais de saturação, pelo que as suas facturações tem diminuído consideravelmente. Alegam que têm outros negócios a vista que segundo eles tem uma grande relação com o negócio actual. Dizem que não pretendem desligar totalmente do sector para poderem manter as redes de contactos e as suas experiências, logo não pretendem mudar para algo totalmente novo.

Quadro 7: Visão dos entrevistados sobre seus negócios

Entrevistados	Oportunidade	Pontos fortes	Pontos a melhorar	Metas futuras
Entrevistado 1	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo externo e interno - Localização - Procura pelo serviço 	<ul style="list-style-type: none"> - Inovação - Formação - Boa relação com os colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> - Competência de gestão. - Formação específica 	<ul style="list-style-type: none"> - Expandir para outros pontos estratégicos
Entrevistado 2	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecimento de mercado - Procura pelo serviço 	<ul style="list-style-type: none"> - Dedicção - Satisfação de clientes - Formação dos colaboradores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Competência de Gestão 	<ul style="list-style-type: none"> - Ter academias em todas as ilhas de Cabo Verde
Entrevistado 3	<ul style="list-style-type: none"> - Procura pelos serviços informáticos - Novas TICs - Atendimento ao domicílio 	<ul style="list-style-type: none"> - Foco na satisfação de clientes - Aposta na formação dos colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestão de recursos humanos e contabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser maior empresa de soluções informáticas no país.
Entrevistado 4	<ul style="list-style-type: none"> - Localização - Procura pelo serviço 	<ul style="list-style-type: none"> Autoconfiança - Dedicção - Gosto por aquilo que faz 	<ul style="list-style-type: none"> - Competência de contabilid. - Calcular riscos 	<ul style="list-style-type: none"> Expandir para outros pontos da capital
Entrevistado 5	<ul style="list-style-type: none"> - Cidade em expansão - Procura Pelos serviços 	<ul style="list-style-type: none"> - Atendimento - Prazer por aquilo que faz 	<ul style="list-style-type: none"> - Calcular os riscos - Formação dos colaborad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Afirmar no mercado - Expandir serviço
Entrevistado 6	<ul style="list-style-type: none"> - Procura pelo serviço - Novas TIC 	<ul style="list-style-type: none"> - Trabalho em equipa - Qualidade de serviço 	<ul style="list-style-type: none"> - Competência de Gestão - Aposta na formação 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser uma empresa reconhecida no mercado

Entrevistado 7	- Grande quantidade de resíduos sólidos no país; - Novas tecnol. em matéria de reciclagem. - Sensibilidade ambiental por parte dos clientes.	-Aposta na formação, - Rigor e aposta nas novas TIC - Liderança - Trabalho em equipa - Satisfação dos colaborad.	- Competência de gestão - Formação dos colaboradores	- Operar em todos os pontos do país aonde a rentabilidade do negócio se justifique; - Operar em outros países da nossa sub-região.
Entrevistado 8	- Localização - Turismo	- Rede de contactos - Determinação	- Formação - Parcerias	- Mudar de negócio
Entrevistado 9	- Localização - Fidelização dos clientes	- Simpatia -Satisfação dos colaboradores. - Gosto por aquilo que faz	- Formação dos colaboradores	- Diversificar o negócio
Entrevistado 10	- Localização - Procura pelo serviço	- Organização - Rede de contactos	- Formação dos colaboradores	- Mudar de negócio

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dado da pesquisa

5.5 Opinião dos entrevistados quanto aos principais entraves

No que diz respeito aos principais entraves, que é o ponto fulcral desta pesquisa, todos os entrevistado afirmaram que o financiamento constitui de momento o principal entrave, mas alegam que existe vários outros a destacar:

- **Custo de factores (Energia, água, electricidade, transporte, comunicação)**

É um dos entreve segundo opiniões dos entrevistados como mostra o quadro em cima. Os mesmos alegam que apesar de preços exageradamente altos ainda existe muita deficiência nos serviços.

- **Custo de consultoria (Pano de negócio, estudo de viabilidade)**

Alguns entrevistados alegam que ao iniciar os seus negócios este facto pesou muito.

“...Arisquei em começar o meu negócio sem fazer estudo de mercado para ver a rentabilidade do negócio devido os altos custos de consultoria” (Entrevistado 8).

“Pensamos que o maior constrangimento ao financiamento é a fraca confiança dos bancos nas ideias de negócio porque em maioria dos casos os jovens só têm ideia, não têm garantia, e em alguns casos nem apresentam estudos de viabilidade do negócio atendendo ao alto custo de consultoria, que no nosso caso somente este custo já representava 25% do montante que precisávamos para começar” (Entrevistado 6).

“...Devido os altos custos de consultoria para iniciar o negócio, muitos colegas jovens empresários entram em um negócio sem antes estudar o próprio negócio, entram por intuição, e muitas vezes não dão certo” (Entrevistado 1).

▪ **Formação dos colaboradores**

Os entrevistados que enfatizaram este aspecto consideram que os colaboradores com algum nível de formação têm optado mais em buscar emprego nas grandes empresas. Salientam também que têm investido na formação dos colaboradores, mas que depois destes adquirirem algum nível de formação que poderiam colocar a disposição da empresa para o seu crescimento, os mesmos optam por abandonar a empresa e ir a procura de empregos em grandes empreendimentos.

▪ **Encargos Fiscais**

Os entrevistados consideram que as políticas fiscais de incentivo as MPEs precisam ser revistas.

“Penso que o nosso sistema fiscal não está preocupado com a sobrevivência das MPEs...no que toca aos benefícios fiscais nos primeiros anos, não se aplicam porque nos primeiros anos não temos lucro” (Entrevistado 7).

“O tratamento que deram e continuam a dar o meu empreendimento, em termos fiscais, e outros, é o mesmo que dão a qualquer uma outra empresa independentemente da sua dimensão ou do seu proprietário ser jovem ou não” (Entrevistado 4).

▪ **Competência de gestão**

Este aspecto revelou muito curioso. Uma boa parte dos entrevistados salientaram este ponto como uma das grandes dificuldades que enfrenta.

“...Quanto a rentabilidade posso abrir a minha empresa em qualquer ilha do país, mas o meu problema é a gestão do meu negócio...” (Entrevistado 2).

“...Penso que um dos maiores entraves ao empreendedorismo jovem no nosso país deve-se ao facto de muitos de nós os jovens deixar se iludir em criar uma empresa, já que agora se fala na criação da empresa no dia, e não ter o mínimo do conhecimento de gestão, dos encargos que irão suportar para analisarem bem os resultados de seus negócios. Penso que

um dos principais entraves é a falta de conhecimento de gestão por parte de muitos jovens”. (Entrevistado 3).

▪ **Falta de acompanhamento**

É o outro grande entrave apontado pelos entrevistados, a maioria considera que devia haver maior acompanha por parte das empresas jovens, pelo menos nos primeiros anos.

“Penso que deveria haver uma maior aproximação entre as agências promotoras das iniciativas empresariais e as actuais empresas que operam no mercado, porque não basta incentivar abrir empresas é preciso acompanhar. Por acaso hoje fala-se muito em incentivos para jovens empresários, mas na prática vê-se pouco”(Entrevistado 2).

“Penso que devia haver um maior acompanhamento as empresas jovens recém-constituídas. Se é que existem programas de apoio, penso que ainda não estão a surtir efeitos práticos em benefício dos jovens empresários” (Entrevistado 4).

“...Vim para Cabo Verde com a expectativa de que iria encontrar no meu país um apoio das entidades em termos de informação e acompanhamento, mas parece que ninguém tem informações concretas para dar, até o momento não vi nenhum incentivo, ...” (Entrevistado 5).

“...Algumas instituições, por exemplo a ADEI, tem actuado mais na divulgação de casos de sucesso e não actuando antes disso, isto é, deveriam ajudar os jovens empresários a chegar ao sucesso, acompanhamento é algo que ainda estas muito a quem das entidades, deviam proporcionar aos jovens empresários um maior acompanhamento. As micros e piquenas empresas de jovens para participarem em feiras, por exemplo, não têm nenhum apoio. Para fazer parte da incubadora de empresas da ADEI os jovens devem pagar um valor monetário, que muitos não têm esta disponibilidade monetária visto que nesta fase ainda não começaram a sua actividade empresarial, enfim, são muitos aspectos que precisam ser revistos...” (Entrevistado 10).

“...Comecei o meu negócio sem nenhum acompanhamento das entidades promotoras das iniciativas empresariais jovens, na altura nem ouvi falar” (Entrevistado 8).

▪ **Pouca cooperação e parcerias entre MPEs**

É a outra grande preocupação levantada pelos entrevistados. Muitos concordam de deveria haver uma maior parceria e união entre os jovens.

“Nós, os jovens empresários devemos ter o espírito de partilhar as nossas experiências com outros jovens, é o que procuro fazer sempre. Não podemos ficar só a espera das entidades porque o negócio não é nenhuma instituição de caridade. Também concordo que ainda existe

muitos constrangimentos, mas não podemos nos esquecer que muito destes constrangimentos muitas vezes depende do próprio empresário, da sua iniciativa” (Entrevistado 1).

“...Os jovens empresários precisam estar mais unidos, por exemplo, devíamos criar um club de empresários aonde podemos partilhar ideias e experiências, e não ficar a espera das entidades” (Entrevistado 2).

Apesar de todos os obstáculos, os entrevistados se mostraram otimistas no que concerne a melhoria do ambiente de negócio e a promoção do empreendedorismo em Cabo Verde.

“...Penso que as instituições como a ADEI tem feito um grande trabalho, embora existindo ainda muito por fazer. Temos que nos entender que a temática empreendedorismo ainda é relativamente novo em Cabo Verde, de modo que as instituições vão melhorando com o tempo de acordo com as experiências e necessidades...”, rematou o entrevistado 1.

Quadro 8: Opiniões dos entrevistados quanto aos principais entraves

Entraves	Entrevistados
Financiamento	Todos os entrevistados
Custo de factores (Energia, agua, electricidade, transporte, comunicação, etc.)	Entrevistado 1
	Entrevistado 2
	Entrevistado 3
	Entrevistado 5
	Entrevistado 7
Custo de consultoria (Pano de negócio, estudo de viabilidade)	Entrevistado 6
	Entrevistado 8
Formação dos colaboradores	Entrevistado 1
	Entrevistado 2
	Entrevistado 8
	Entrevistado 10
Encargos Fiscais	Entrevistado 2
	Entrevistado 3
	Entrevistado 6
	Entrevistado 7
	Entrevistado 8
Competência de gestão	Entrevistado 2
	Entrevistado 5
	Entrevistado 7
	Entrevistado 8
	Entrevistado 3

Falta de acompanhamento	Entrevistado 4
	Entrevistado 5
	Entrevistado 6
	Entrevistado 7
Acesso as novas TIC`s	Entrevistado 4
	Entrevistado 5
Pouca cooperação e parcerias entre MPE	Entrevistado 1
	Entrevistado 2
	Entrevistado 5

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados da pesquisa

5.6 Características empreendedoras identificadas nos entrevistados

Identificou-se algumas características dos empreendedores nos jovens empresários entrevistados, conforme nos mostra o quadro 9 que se segue. Estas características foram imprescindíveis para o sucesso das suas empresas.

Quadro 9: Características do empreendedor identificado nos entrevistados

Características	Comentário	Entrevistado
Disposição para correr risco	“...Daí arisquei em mudar o meu negócio para Cabo Verde na convicção de que tudo iria dar certo, e deu mesmo tudo certo”.	Entrevistado 4
	“...Arisquei em começar o meu negócio sem fazer estudo de mercado para ver a rentabilidade do negócio devido os altos custos de consultoria”.	Entrevistado 8
Orientação para realização	“...Não podemos ficar só a espera das entidades porque o negócio não é nenhuma instituição de caridade. Também concordo que o financiamento é um dos principais entraves, mas não podemos nos esquecer de muitos outros que muitas das vezes depende do próprio empresário”.	Entrevistado 1
	“...No exercício das minhas funções como taxista percebi esta oportunidade de negócio e avancei logo”.	Entrevistado 8
	“Temos que estar atento as oportunidades, ser inovador e preocupar com a satisfação dos clientes”.	Entrevistado 1

Capacidade de identificar e explorar oportunidades	“...Percebi que havia uma grande oportunidade no sector em Cabo Verde, logo investi fortemente na formação na área de reciclagem de artigos informáticos, regressei a cabo Verde, analisei o mercado e implementei o seu negócio”.	Entrevistado 7
	“...Foi como taxista, ao transportar várias vezes grupos de turistas que percebi a oportunidade de negócio, visto que na altura muitos turistas solicitavam por restaurante que oferecesse peixe gralhado”.	Entrevistado 8
Inovação	“...Já sabíamos inicialmente de que o financiamento constituía os dos principais entraves, por isso optamos por começar a prestar serviços as empresas com os próprios equipamentos da empresas, e cobrávamos um preço mínimo”.	Entrevistado 6
	“ Procuramos sempre fazer os nossos serviços de uma forma melhor que a nossa concorrência, com inovação...”	Entrevistado 3
	“...Todos os dias procuro ver aonde precisa ser melhorado...”	Entrevistado 1
Optimismo	“...Temos que nos entender que a temática empreendedorismo ainda é relativamente novo em Cabo Verde, de modo que as instituições vão melhorando com o tempo de acordo com as experiências e necessidades...”	Entrevistado 1
	“...Mas acredito que o meu negócio tem pernas para andar, acredito nas oportunidades existentes”.	Entrevistado 5
Dedicação	“...Vou fazer da minha academia e do meu nome uma merca cada vez mais forte...”	Entrevistado 2
	“...Desde então não medi braços ao trabalho atendendo a tanta procura ao meu estabelecimento”.	Entrevistado 4
	“ ...Criar uma empresa é uma coisa, manter é outra. Os jovens empresários devem ter espírito de enfrentar dificuldades, não pensar que serão tratados como Rei...”.	Entrevistado 7

	“...Comecei o meu negócio, com um estabelecimento pequeno e arrendado, depois com o tempo criei o meu próprio espaço. Temos que empenhar e trabalhar para dar tudo certo...”.	Entrevistado 8
Paixão pelo que faz	“ ...Investi nesta actividade atendendo a minha experiência na área, e o prazer que tenho por aquilo que faço”.	Entrevistado 4
	“Gosto daquilo que faço e que sempre fiz na vida profissional e gosto de desafios...”.	Entrevistado 5
	Desde muito tinha uma grande paixão pelo negócio, vendendo pernas de frango.	Entrevistado 8
	O jovem considera que a sua opção em formar em gestão de empresas deveu-se ao sonho desde criança de ser empresário	Entrevistado 10
Persistência	“... Ninguém pode entrar para o mundo de negócio pensando que tudo é um mar de rosas, os entraves existem sempre e deve ser ultrapassado, isso é que caracteriza um empreendedor”.	Entrevistado 1
	“...Nunca mais desistiu do seu sonho até que o mesmo tornou-se uma realidade”.	Entrevistado 9
	“...O nosso nome foi afirmando, e daí com insistência conseguimos o financiamento bancário”.	Entrevistado 6
	“ Depois de implementar o meu negócio, com muita insistência consegue um financiamento bancário”	Entrevistado 9
	“...As vezes as coisas não dão bem como esperávamos, mas não podemos desistir”.	Entrevistado 10
Necessidade de controlo	“...Por exemplo, muitos colegas jovens empresários entram em um negócio sem antes estudar o próprio negócio, entram por intuição, e muitas vezes não dão certo”.	Entrevistado 1
	Acredito que os jovens deviam ter uma maior preocupação ao abrir a empresa, neste sentido a que se fazer um estudo pelo próprio jovem. Ele deve ter a ideia clara daquilo que quer”.	Entrevistado 7

Fonte: Elaborado pelo autor, com base em dados da pesquisa

6. Conclusões Finais

Em jeito de conclusão podemos afirmar que as dinâmicas empresariais jovens na cidade de Praia são evidentes e está em constante expansão. Daí que se torna necessário estarmos atentos a este dinamismo de modo que as respostas as necessidades sejam dadas em tempos oportunos. No que toca ao objectivo principal deste trabalho que era de diagnosticar os principais entraves ao empreendedorismo jovem na Cidade de praia, podemos agrupa-los em duas perspectivas: a perspectiva exógena ou externa, e a perspectiva endógena ou interna.

Na análise externa ficou evidente que os principais entraves se prendem com o financiamento, custo de factores, encargos fiscais, resumidamente com as condições de natureza macro que precisam ser melhorada para que o sector privado, sobretudo as MPE's assuma um maior destaque na economia do país, por um lado, por outro para que aja uma maior massificação do empreendedorismo jovem. Apesar de todos os constrangimentos elencados nesta abordagem, verificou-se que Cabo Verde tem mostrado um grande interesse e preocupação no que tange a melhoria do ambiente de negócio em suas várias facetas, prova disso são conjuntos de reformas sucessivas que o país tem vindo a fazer como constatamos no capítulo 3, aonde o trabalho aborda sobre o empreendedorismo em Cabo Verde. Na análise interna, a fraca competência de gestão por parte dos jovens empresários e a deficiente capacitação dos colaboradores são os principais realces. Este trabalho recomenda uma atenção especial a esta segunda abordagem onde tivemos a oportunidade de constatar na análise dos resultados em que uma boa parte dos entreves são de natureza interna às empresas.

De acordo com os perfis identificados nos jovens empresários entrevistados neste trabalho, podemos afirmar que temos na Cidade de Praia vários casos de sucesso de jovens empreendedores, e que caso melhorias contínuas forem feitas no ambiente de negócio, esta tendência pode vir a acelerar de forma exponencial.

6.1 Limitações do estudo

Como já vimos na abordagem metodológica deste trabalho, a pesquisa de enfoque qualitativo não tem a finalidade de estender os resultados para populações mais amplas (SAMPIERI, 2006). Devido aos fins desta pesquisa, as entrevistas foram realizadas em números limitados, constituindo uma amostra não representativa da população, não sendo possível a generalização dos resultados.

Os dados foram obtidos a partir dos relatos dos jovens empresários entrevistados. Ao falar sobre suas experiências eles normalmente tendem a revelar somente os aspectos positivos, para construir uma boa imagem. Nesses relatos, apesar de existir um roteiro, é o entrevistado que decide o que vai

narrar, ocorrendo a selectividade do conteúdo. Logo os aspectos e acontecimentos negativos, que revelam as fragilidades do entrevistado, podem ser omitidos. Quando isso ocorre, informações importantes, que poderia trazer mais esclarecimentos ou outras perspectivas sobre o problema pesquisado, não são revelados.

Uma outra limitação desta pesquisa é o seu foco de estudo ser voltado apenas para os empreendedores jovens que tiveram êxito ou sucesso nos seus negócios. No entanto, há também os que optaram por abrir o negócio próprio e que, por diversos motivos, não tiveram sucesso e não continuaram ou suspenderam temporariamente a actividade empresarial. Assim, para uma compreensão mais clara sobre o tema é necessário também o estudo desses casos, que podem revelar outras vertentes não alcançadas neste trabalho.

Podem existir vários outros factores que travam ou fomentam as dinâmicas empresariais jovens em Cabo Verde que não foram devidamente exploradas nesse trabalho e que poderiam trazer mais contribuições ao entendimento do assunto.

Sugere-se com este trabalho a realização de estudos mais minuciosos e exaustivos sobre o tema abordado nesta pesquisa.

6.2 Principais recomendações

De acordo com os resultados da pesquisa, este trabalho apresenta algumas recomendações conforme estão descritos no quadro 10 que se segue:

Quadro 10: Principais recomendações

Recomendação 1	
“Desenvolver uma cultura empreendedora em Cabo Verde”	
1.1.	Família e Sociedade. Desenhar e implementar políticas para sensibilizar e reforçar os papéis da família e da sociedade na promoção de valores e atitudes inerentes ao “espírito empreendedor”, tais como a assunção de responsabilidades, a auto-confiança, o gosto pela experimentação e inovação, o reconhecimento do sucesso, etc.
1.2.	Ensino e Formação. Reforçar o papel das instituições de ensino e formação, para promover uma cultura empreendedora em Cabo Verde, através da adopção de políticas específicas que abarquem todos os níveis escolares e que considerem o papel das entidades públicas e privadas de formação profissional.
1.3.	Acesso à Informação. Definir e implementar políticas para facilitar e massificar o acesso à informação como elemento fundamental para o empreendedorismo e a inovação.
1.4.	Comunicação. Promover a divulgação de casos de sucesso de empreendedores de relevo e incentivar a troca de experiências, como forma de estimular o empreendedorismo enquanto atitude e enquanto prática.
Recomendação 2	

“Infra-estruturas Para promover o empreendedorismo”	
2.1.	Infra-estrutura para aumentar a competitividade. Adequar as infra-estruturas do país de forma a aumentar a competitividade das empresas: logística & transporte, energia, água e saneamento, comunicação, acesso a tecnologias.
2.2.	Incubadoras. Reduzir os custos de acesso a incubadoras de empresas da ADEI, e a sua expansão para as instituições de ensino superior e profissionalizante.
2.3.	Parques Tecnológicos. Conceber e implementar parques tecnológicos nos principais centros urbanos do país, em associação com parceiros relevantes, para estimular a investigação aplicada, a inovação e o empreendedorismo.
Recomendação 3	
“Melhoria do ambiente de negócio”	
3.1.	Acesso ao crédito. Desenvolver programas específicos para facilitar o acesso ao crédito pelo sector privado – especialmente as Pequenas e Médias Empresas (PME’s), incluindo: (i) a cooperação e a junção de esforços entre o Estado, as instituições financeiras e os beneficiários no sentido de identificar e eliminar pontos de estrangulamento; (ii) a promoção de abordagens e produtos financeiros alternativos, como o fundo de capital de risco (com a participação dos bancos) e fundos de garantia mútua; (iii) o reforço institucional/profissionalização das organizações de micro-crédito; (iv) política de incentivos para facilitar o acesso ao crédito; e (v) capacitação das PME’s na estruturação de planos de negócio e gestão de pequenas empresas.
3.2.	<p>Políticas e programas governamentais. Desenhar e implementar políticas públicas com o objectivo de promover o empreendedorismo e estimular o crescimento do sector privado, entre os quais: (i) política para promover a inovação e o empreendedorismo, incluindo um concurso anual de ideias de negócio e outros instrumentos; (ii) políticas específicas para incentivar a criação de empresas e para reduzir a informalidade na economia (ver exemplo do Brasil), podendo, para o efeito, utilizar parte dos impostos para a constituição de um fundo de desenvolvimento do sector privado; (iii) políticas públicas para incentivar o associativismo empresarial bem como parcerias entre empresas nacionais de grande porte e PME’s; (iv) políticas de aquisições públicas que dêem prioridade às PME’s e ao empresariado jovem na contratação de bens e serviços por parte do Estado; (v) política para reduzir/eliminar disparidades regionais no que diz respeito aos factores que afectam a competitividade das empresas; (vi) política para promover o crescimento e a internacionalização das empresas cabo-verdianas; (vii) políticas para melhorar e tornar mais eficiente a comunicação entre o Estado e o sector privado, incluindo a clarificação/redefinição do papel da ADEI, a melhoria da concertação com o sector privado em assuntos que afectem o sector, estabelecimento de canais de entendimento entre os diversos actores e mecanismos de definição conjunta e partilha de visão sobre o sector privado.</p> <p>(viii) política para incentivar as empresas a investirem na capacitação/formação contínua de RH; (ix) política de reforço da capacidade técnica interna disponível para prestação de assistência ao sector privado, em áreas como consultoria, contabilidade/fiscalidade, auditoria, engenharia financeira, assistência jurídico-legal, etc., incluindo certificação e categorização de consultores; (x) política para facilitar o acesso de PME’s a serviços de assistência técnica e consultoria, adequadas às suas necessidades específicas; e (xi) política para incentivar o ajustamento entre a oferta formativa (pública e privada) às reais necessidades de promoção do empreendedorismo e desenvolvimento do sector privado; (xii) política para promover o desenvolvimento de competências técnicas/tecnológicas para o sector privado, etc.</p>

<p align="center">Recomendação 4</p> <p align="center">“Capacitação do capital humano”</p>	
<p>Educação e formação. Desenvolver e implementar políticas de educação e formação para adequar o capital humano às ambições de desenvolvimento do sector privado em Cabo Verde.</p>	

Fonte: Elaborado pelo autor

Referências Bibliográficas

Bibliografias

ARTHUR, M. B.; ROSSAU, D. (2001), The Bondaryless career: a new employment principle for a new organizational era. New work: Oxford University press.

BARDIN, L. (1977), Análise de conteúdo. Lisboa: edições 70.

BIRLEY, S. ; MUZIKA, D. F. (1999), Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo: Makron Books.

BIRLEY, S; MUZYKA, D. F. (1997), Dominando os desafios do empreendedor. São Paulo: Makron Books.

BLANCH, J. M. (2003), Tansformaciones en el mundo laboral. In: BLANCH, J. M. (Org). Teotia de las relacione laborales. Desafios. Barcelona: UOC, P. 12-88.

CASSON, M. (1982), the enterpreneur: Economic Theory. Hanpshire: Gregg revivals.

Cury, A., J. (2004), Nunca Desista dos seus Sonhos. Rio de Janeiro, Sextante.

DEGEN, R. J. (2009), O Empreendedor: empreender como uma opção de carreira. São Paulo: Peason Prentice Hall.

DOLABELA, F. (2006). Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura edições.

DOLABELA, F. (2003),Empreendedorismo Corporativo, como ser Empreendedor, Inovar e se Diferenciar na sua Empresa, Rio de Janeiro, Elsevier..

DOLABELA, Fernando (2008). O Segredo de Luísa, Rio de Janeiro: Sextante.

Dornelas, J. C. A. (2001), Empreendedorismo: Transformando ideias em Negócios. Rio de Janeiro: Campus, (capítulo 2)

DORNELAS, J. C. A. (2005), Transformando Ideias em Negócio. Rio de Janeiro: Elsevier.

DORNELAS, J., C., A. (2008),Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. – 3ª ed. – Rio de Janeiro: Elsevier, – 2ª reimpressão.

Drucker, P., F. (1996), Inovação e Espírito Empreendedor: prática e princípios. São Paulo, pioneira, 6º Edição.

FARREL, Diana (2006). O imperativo da produtividade; Lisboa: Actual.

Fillion, L. J. (2001), O Empreendedorismo como Tema de Estudos Superiores: Empreendedorismo, Ciência, Técnica e Artes, Instituto Euvaldo Lodi.

FREIRE, Adriano (1997). Estratégia – sucesso em Portugal, Lisboa: Verbo

HISRICH, R. D. ; PETERS, M. P. (2002), Empreendedorismo. Porto Alegre: Boookman.

HUNTER, James C. (2004). O monge e o executivo, Rio de Janeiro: Sextante

KERLINGER, F. N. (1980), Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual. São Paulo: EPU.

Lamas, E., P., R., Tarujo, L., M., Carvalho, M., C., & Corredoira, T. (2001), Contributos para Uma Metodologia Científica mais Cuidada, Instituto Piaget.

LEITE, E. (2000), O fenómeno do empreendedorismo. Recife: Bagaço.

MARTINS, Pedro Soares (2007). Globalização económica; Coimbra: Almeida

PASTORE, J. (1997), A agonia do emprego. São Paulo: LTR.

PEREIRA, Heitor J. (1995), Criando seu Próprio Negócio: Como desenvolver o potencial empreendedor. Brasília: SEBRAE.

SAMPIERI, R. H. ; COLLADO, C. F. ; LÚCIO, P. B. (2006), Metodologia de pesquisa. São Paulo: Mcgraw Hill.

Santos, M. (2006), A criação de Empresas: *Uma Análise da Classe Empresarial Praiense*.

SANTOS, R. S. (1999) Metodologia Científica: A Construção do Conhecimento. São Paulo: BD.

Say, J., B. (1996), Cours d'Economie Politique et Autres Essais, Paris: Flammarion. GF Flammarion, N° 879.

Schumpeter, J., A. (1991), A Teoria do Desenvolvimento Económico, São Paulo: Nova Cultura.

SHUMPETER, J. (1954), A história da análise económica. Rio de Janeiro : Fundo da cultura.

TIMONS, J. (1994), New venture criation. Boston: Irwin Mcgraw-Hill.

Weber, M. (1996), A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo, São Paulo: Pioneira.

Periódicos / Revistas

ARTHUR, M. B; LAWRRNCE, B. S. Perspectives on environment and career: anIntroduction. Journal of Organizational Behavior, v.5, p. 1-8, 1984.

Baptista, A. (2009), Cabo Verde em busca do Empreendedorismo – Empresa, empreendedorismo e desenvolvimento económico, *Revista Iniciativa*, nº 28.

Baumol, W. J. (1990), Entrepreneurship in Economic Theory, the *American Economic Review*, nº 98.

Bhide, A. (2001), Março/Abril, Origem e Evolução do Empreendedor, *HSM Management Review*, nº25.

Comissão de Reforma da Tributação sobre a Despesas (2004), *Revista O IVA*, nº 0, Praia.

Filion, L.J. (1991), O Planeamento do seu Sistema de Aprendizagem Empresarial: Identifique uma Visão e Avalie o seu Sistema de Relações. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas. *Revista de Administração de Empresas*, Vol. 31, Nº 3. Jul/Set.: 63-72.

Fillion, L. J. (1999), Empreendedorismo: empreendedores e proprietários – gerentes De Pequenos Negócios.*Revista de Administração*, nº. 2., Brasília.

Getúlio Vargas. *Revista de Administração de Empresas* Vol. 33, Nº 6. Nov./Dez.: 50-61.

Harvard Business Review (2002), Empreendedorismo e Estratégia, Tradução de *Harvard BusinessReview*, Ed. Campus.

MALVEZZI, S. (1997), O trabalho do empreendedor. *Revista de marketing industrial* , São Paulo, V. 3, n. 7, p. 46-50.

Mendes, C. (2009), Cabo Verde em busca do Empreendedorismo – O perfil do empreendedor de sucesso,*Revista Iniciativa*, nº 28.

NEVES, J. L. (1996), Pesquisa qualitativa: Características, usos e possibilidades. *Caderno de de pesquisa em administração*, São Paulo, v. 1, n.3.

Teses

Almeida, M. I. R. *Desenvolvimento de um modelo de Planeamento Estratégico para grupos de pequenas empresas*. Tese Doutorado. São Paulo. FEA-USP

Costa, A. F., Bian, R., Gustavo, H. M. A., Jacqueline, O., C., P. & Vinícius, B., S. (2005) *A utilização do planeamento estratégico na gestão de pequenas e médias empresas*. Monografia apresentada ao Curso de MBA em Gestão de Negócios da FEAD Minas – Centro de Gestão Empreendedora, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão de Negócios. Belo Horizonte fead – Minas.

Cunha, R. A. N. A Universidade na formação de empreendedores: a percepção prática dos alunos de graduação. In: Encontro da ANPAD, 28, 2004, Curitiba/PR. Anais... Curitiba: ANPAD, 2004.

Gaspar, A. F. (2004), *O Estudo do Empreendedorismo e a Relevância do Capital de Risco*, Dissertação de Mestrado do Instituto Politécnico da Santarém, Escola Superior de Gestão, Portugal.

Gonçalves, M. (2000), *O Empreendedorismo em Portugal: tipificação das empresas e perfil dos empreendedores*, dissertação de Mestrado, ISCTE, Portugal.

Henrique, D. C. e Cunha, S. K. (2006) *Metodologias, Recursos e Práticas Didático-Pedagógicas no Ensino de Empreendedorismo*. Cursos de Graduação e Pós-Graduação Nacionais e Internacionais. In: Encontro da ANPAD, 30, 2006, Salvador/BA. Anais... Salvador: ANPAD.

Jesuíno, J. (2005), Textos de apoio à disciplina de Comportamento Organizacional, Mestrado, Cabo Verde, 2004-2005, ISCEE-ISCTE.

Lonardy, L. S. V. (2011), Mindelo – Importância do Empreendedorismo na Actividade Turística

Nakamura, M. M. e Escrivão Filho. (1998), *Estratégias empresariais e as pequenas e médias empresas: um estudo de caso*. In: Encontro Nacional de Engenharia de Produção, XVIII, 1998, Rio de Janeiro/RJ, Anais.

Pires, A. M. G. (2010), A Adesão de Cabo Verde à Organização Mundial do Comercio: Problemas, Desafio e Perspectivas. Monografia apresentada ao Curso licenciatura em Contabilidade e Administração, Ramo: Administração e Controlo Financeiro pelo Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais

Rocha, L. M. (2000), *A Teoria Financeira no contexto das Pequenas e Médias Empresas: o caso do*

Sector Têxtil e de Vestuário em Portugal, Tese de Mestrado em Ciências Empresariais, Faculdade de Economia, Porto - Portugal.

Rocha, A., O., R. (2008), *A decisão de financiamento empresarial: Aspectos a ponderar*, Memória Monográfica apresentada à Universidade Jean Piaget de Cabo Verde.

Souza, S. L. (2000). *Empreendedorismo no Ensino Fundamental: uma aplicação*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós Graduação em Engenharia da Produção, UFSC, Florianópolis.

Terence, A., C., F. (2002). *As particularidades das pequenas empresas no planeamento estratégico: A elaboração de um roteiro pratico*. Anais do II Egepe, Londrina/PR, Novembro, (Issn 1518-4382)

Veiga, J., M., R. (2008), *A Criação de Empresas em Cabo Verde e o seu Financiamento. Apresentação do Projecto FAM Serviços, Lda*. Memória Monográfica apresentada à Universidade Jean Piaget de Cabo Verde.

Legislações Cabo-Verdianas

Assembleia Nacional de Cabo Verde (2011), Constituição da República De Cabo Verde, Ed. 2011, 2ª Revisão Ordinária – 2010, I Série – B.O. de 23 de Novembro de 1999.

B.O. Nº 45 - I Série, de 8 de Dezembro de 2008.

Lei n.º 96/V/99, de 22 de Março.

Decreto-Regulamentar nº 10/2009 – Publicado no BO, 15 de Junho de 2009, Segunda-feira, I Série.

Lei nº 89/ IV/93, de 13 de Dezembro.

Lei nº 99/IV/93, de 31 de Dezembro

Decreto-Lei nº 92/IV/93, de 15 de Dezembro.

Decreto-Lei nº 108/89, de 30 de Dezembro.

Lei nº 42/IV/92, de 6 de Abril.

Lei nº 1/96, de 15 de Janeiro de 2002.

Lei nº 01/IV/92 de 25 de Setembro.

Lei nº 47/IV/92 de 25 de Setembro.

Documentos Oficiais

Assembleia Nacional de Cabo Verde (2007), Atas respeitantes aos Debates Sobre o Programa do Governo de 1995, 2001 e de 2006», *Biblioteca da Assembleia Nacional*.

Bourdet, Y. (2000), Reforming the Cape Verdean Economy: the economics Department at the University of Lund, Sweden.

GTZ, Cabo Verde (2000), Simpósio Internacional sobre Micro financiamento e Promoção de Micro e Pequenas Empresas, realizado em Cabo Verde: Volumes I e II, Ilha de Santiago

IEFP (2002), Estudo sobre a situação actual e análise do papel dos principais Intervenientes no Sector das Pequenas Empresas, em Cabo Verde, *Instituto de Emprego e Formação Profissional*, Praia, Julho de 2002.

IEFP (2002), Identificação de Sectores – Chaves da Economia Cabo-verdiana, 1980 – 2000, Estudo elaborado pelo *Instituto de Emprego e Formação Profissional*, Julho de 2002

Imprensa Nacional de Cabo Verde, (2003), Código das Empresas Comerciais e Registos de Firmas.

INE (1997), Primeiro Recenseamento Empresarial, Praia.

INE (2002), Segundo Recenseamento Empresarial, Praia.

INE (2004), Inquérito ao perfil da pobreza em Cabo Verde, Instituto Nacional de Estatísticas de Cabo Verde.

INE (2007), Segundo Recenseamento Empresarial, Praia

INE (2008), inquérito anual às empresas.

Ministério da Coordenação Económica, (1996), Estudo Nacional de Perspectivas De Desenvolvimento a Longo Prazo, Cabo Verde-2020.

Ministério da Coordenação Económica, (1998), Acordo de Cooperação Cambial Cabo Verde – Portugal.

Ministério da Economia, Crescimento e Competitividade (Cabo Verde). Novas oportunidades e novos desafios: A Adesão de Cabo Verde à Organização Mundial do Comércio. Brochura.

Ministério das Finanças de Cabo Verde, Grandes Opções do Plano: 1997/ 2000, 2001/ 2006; e 2006/2011, *Gabinete de Estudos e Planeamento do Ministério das Finanças*.

Ministério de Finanças de Cabo Verde, Plano Nacional de Desenvolvimento de Cabo Verde, 1992/1995; 1995/2000, *Gabinete de Estudos e Planeamento do Ministério das Finanças*.

Ministério de Finanças e do Plano de Cabo Verde (2004), Documento sobre Estratégia de Crescimento e de Redução da Pobreza em Cabo Verde.

Relatório de Competitividade Global 2010/2011, do World Economic Forum.

Relatório do Doing Business do Banco Mundial (2011).

Internet

Banco Interamericano de Desenvolvimento (2002), Empreendedorismo em Economias Emergentes: Criação e Desenvolvimento de Novas Empresas na América Latina e no Leste Asiático. <http://www.iadb.org>. – Acesso em Março de 2012.

Dias Paulino e Levy Rui (2010), Empreendedorismo em Cabo Verde, High Level Round Table, <Http://www.ajec.org.cv/pesquisa/artigos/arquivos/1.pdf> - Acesso em Abril de 2012

Dornelas, J. C. A., Plano de Negócios para Incubadoras: A experiência Da Rede Paulista de Incubadoras de Empresas (<http://www.planodenegocios.com.br> – Acesso em Junho de 2012)

Global Entrepreneurship Monitor, (2008), Empreendedorismo no Brasil, <http://www.google.pt> – Acesso em Março de 2012.

Global Entrepreneurship Monitor, (2010), Empreendedorismo no Brasil, <http://www.gem.com> - Acesso em Março de 2012.

Global Entrepreneurship Monitor, Os Sete Países mais Empreendedores Do Mundo, <http://www.gem.com> – Acesso em Março de 2012.

Global Entrepreneurship Monitor (2001), London Business School & Babson College, www.entreworld.org/gem- Acesso em Março de 2012.

Global Entrepreneurship Monitor (2002), Empreendedorismo no Brasil, Curitiba – Brasil, <http://www.gem.com> – Acesso em Março de 2012.

Sebrae, Índice de Mortalidade do micro e pequena empresa, <http://www.sebrae.com.br> – Acesso em Abril de 2012.

Sebrae, Perfil Empreendedor, <http://www.sebrae.com.br> – Acesso em Abril de 2012

Apêndice

Roteiro de entrevista com os jovens empresários

Roteiro de Questões

Questões fechadas

a) Características do entrevistado

1. Nome:
2. Idade:
3. Estado civil:
4. Formação escolar:

b) Características da empresa

5. Nome da empresa:
6. Localização:
7. Área de actividade:
8. Data de Criação:
9. Números de empregados:
10. Possui sócios?

c) Quem administra e representa a sociedade:

d) Características da actividade actual do empresário

11. Função que desempenha na empresa:
12. Carga horária do trabalho na empresa: .

Orientação Para questões abertas

- 1) História de vida profissional**
- 2) Actividade dos Pais**
- 3) Motivo para se tornar empreendedor**
- 4) Auto-avaliação**
- 5) Oportunidades**
- 6) Dificuldades**
- 7) Como considera a sua empresa**
- 8) Metas futuras**